

**PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP MINAT BELI
MELALUI SISTEM ONLINE SHOP**
(Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Ekonomi Islam
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Oleh :

MAUDY VENA MEYLINDA

NIM. 10200113029

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maudy Vena Meylinda
NIM : 10200113029
Tempat/Tgl. Lahir : Ujung Pandang, 22 Mey 1994
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Jl. Perumnas Antang Blok 7, Manggala 2 no 43
Judul : Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui
Online Shop
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, Desember 2017

Penyusun,

Maudy Vena Meylinda
NIM: 10200113029

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, *"Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)"*, yang disusun oleh *Maudy Vena Meylinda* NIM: *10200113029*, mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari kamis, tanggal 30 November 2017, bertepatan dengan 11 Rabiul Awal 1439 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Islam (dengan beberapa perbaikan).

Makassar, 30 November 2017 M

11 Rabiul Awal 1439 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.	(.....)
Sekretaris	: Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Hj. Rahmawati Muin, M.Ag.	(.....)
Munaqisy II	: Ahmad Efendi, SE., MM.	(.....)
Pembimbing I	: Drs. Thamrin Logawali, M.H.	(.....)
Pembimbing II	: Emily Nur Saidy, SE., ME.	(.....)

Diketahui Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad saw. Sebagai *uswatun hasanah*, yang telah berjuang menyempurnakan akhlak manusia di muka bumi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa memulai hingga mengakhiri proses penyusunan skripsi ini bukanlah hal seperti membalikkkan telapak tangan. Ada banyak kendala dan cobaan yang lalui. Adapunmaksud dari penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi salah satu syarat unuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Skripsi ini berjudul “Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar) “ telah diselesaikan dengan waktu yang telah direncanakan.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari doa dan dukungan dari segenap keluarga besar penulis Ayahanda Ahmad Hakimuddin, SH, dan Kusnadi Misran, SE dan Ibunda Rosmini Misran yang selalu memberikan dukungan dan do’a yang tak terhingga ,Penulis mengucapkan banyak terimah kasih

atas dukungann yang tak henti-hentinya, kasih sayang, kesabaran, pengorbanan, serta bimbingan yang tak terhingga. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada kakak-kakak tercinta dan saudara Kakak Reza, Dirga, Didit, Yoyo, dan adik Ade dan Putri yang telah memberikan dorongan moril sehingga skripsi ini dapat dikerjakan oleh penulis dengan penuh semangat. Alhamdulillah skripsi ini selesai sesuai dengan rencana.

Selain penulis menyadari bahwa dalam prses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama, dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Bapak Drs. Thamrin Logawali, M.H selaku pembimbing I dan IbuEmily Nur Saidy, SE. ME selaku pembimbing II yang telah sabar, tekun, dan ikhlas meluangkan waku, tenaga dan pikiran, untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berhargakepada penulis selama menyusun skripsi.

Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si selaku Rektor dan Wakil Rektor I Prof Dr. H. Mardan M.Ag Wakil Rektor II Prof Dr. H. Lomba Sultan, M.A, Wakil Rektor III Prof Siti Aisyah, M.A.Ph.d Universitas Islam Negri Alalauddin Makassar yang telah menyediakan fasilitas belajar sehingga penulis dapat mengikuti kuliah.

2. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
3. Ibunda Dr. Hj.RahmawatiMuin, S.Ag.,M.Ag dan Dr. Thamrin Logawali, M.H selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala konstribusi, bantuan dan bimbingan selama ini.
4. Bapak Dr. Thamrin Logawali, M.H selaku pembimbing I dan Ibu Emily Nur Saidy, SE. MM selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
6. Seluruh Pegawai, Staf akademik, Staf perpustakaan ,Staf Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
7. Buat keluarga besar Bapak Kusnadi Misran, SE dan Ibu Hj. Normawati Maspa yang telah memberkan banyak dukungan kepada penulis.
8. Terimakasih kepada Teguh Julicahyanto, S.Ak yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini
9. Terimakasih kepada teman seperjuangan dikampus Dwi Monica Arfiyanto, SE yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

10. Terima kasih teman-teman seangkatan EKONOMI ISLAM 2013 semoga tak akan terlupakan dan menjadi kenangan hidup. Terkhusus teman sekelas EKIS A Sekaligus teman Seperjuangan Dani, Dilah, Icha, Mila, Ana, Nini, Wana, Wildan, Ramadhan, Dwi, Indri dan Riska.
11. Seluruh teman-teman KKN Reguler Angkatan ke- 55 Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep Desa Talaka yaitu Shadiq, Dian, Jusni, Amel, Hayati, Riswan, Jun dan Alif Dua bulan merupakan waktu yang sangat berharga bagi hidup saya karena bersama teman-teman yang luar biasa dan tak akan pernah terlupakan. Terima kasih atas candaan, semangat, motivasi, dan kebersamaan.
12. Buat teman-teman SMA dan tetangga saya Khusnul dan Fira terima kasih atas bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan penulis secara terkhusus. Semoga Tuhan Yang Maha Esa melindungi dan memberikan berkahNya dan imbalan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik dimasa yang akan datang, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Samata, November 2017

Penulis,

MAUDY VENA MEYLINDA
NIM 10200113029

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK	ix
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1-10
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian dan Deskriptif Fokus	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
 BAB II : TINJAUAN TEORITIS	 11-31
A. Tinjauan Umum Tentang Ekonomi Islam	11
B. Teori Konsumsi Islam.....	16
C. Minat Beli	21
D. Minat beli dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	27
E. Jual Beli Online Shop dalam Pandangan Islam	30
 BAB III : METODE PENELITIAN.....	 41-45
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	41
B. Sumber Data	41
C. Metode Pengumpulan Data.....	42
D. Instrumen Penelitian.....	43
E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	43
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 46-59
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
B. Paparan Hasil Penelitian.....	50
C. Pandangan Mahasiswa tentang resiko-resiko yang ditimbulkan dari berbelanja Online	54
D. Pandangan Ekonomi Islam mengenai Berbelanja di Online	

Shop.....	56
BAB V : PENUTUP	60-61
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62-63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



ABSTRAK

Nama : Maudy Vena Meylinda Kusnadi
Nim : 10200113029
Judul Skripsi : **Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)**

Pada era modernisasi saat ini, mahasiswa cenderung menyukai hal-hal yang instan dan praktis karena semakin berkembangnya teknologi masa kini. Oleh karena itu, hal ini yang mendorong mahasiswa untuk lebih memilih belanja online yaitu Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat beli melalui Online Shop? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam terhadap minat beli di Online Shop.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa, observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik yang digunakan untuk menganalisis yaitu pengambilan data, reduksi data, sajian data, dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa informan atau mahasiswa yang telah diwawancarai lebih berminat untuk berbelanja di Online Shop dibandingkan di pasar dan di toko-toko karena di terdapat berbagai macam kemudahan, dapat menghemat waktu dan harganya pun lebih murah. Adapun pandangan Ekonomi Islam mengenai Minat Beli di Online Shop yaitu berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman, atau barang tersebut cacat serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan. Menurut beberapa informan atau mahasiswa yang telah di wawancarai yaitu sah-sah saja dalam berbelanja di Online Shop selama barang tersebut jelas dan tidak ada unsur riba maupun gharar didalamnya, dan harus ada kesepakatan antara kedua belah pihak yaitu antara pembeli dan penjual.

Kata Kunci : *Minat Beli, Online Shop, Pandangan Ekonomi Islam*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal kebiasaan melakukan transaksi jual beli. Dahulu yang dimaksudkan transaksi jual beli harus dilakukan secara tatap muka di mana terjadi peralihan barang secara langsung dari penjual kepada pembeli, yaitu pembeli harus bertemu dengan penjual di pasar nyata.¹

Saat ini telah beralih kepada era di mana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media online. Tidak lagi harus terjadi pertemuan antara penjual dengan pembeli di pasar, melainkan cukup dengan menggunakan teknologi internet dan langsung terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Telah terdapat berbagai macam produk yang dijual tidak lagi melakukan penjualan secara tatap muka semata, melainkan sudah menggunakan teknologi untuk melakukan penjualan secara online.

Dengan perkembangan teknologi yang sudah semakin modern, seiring dengan telah lahirnya berbagai teknologi baru seperti telepon pintar (smartphone), tablet, dan berbagai gadget lainnya. Pada berbagai teknologi barutersebut,

¹M. Umer Chapra, "Negara Sejahtera Islami dan Perannya di Bidang Ekonomi", dalam Ainur R. Sophian, *Etika Ekonomi Politik: Elemen-Elemen Strategi Pembangunan Masyarakat Islam*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1997), h. 28

konsumen dapat membeli berbagai fitur program dari pasar online yang terdapat pada berbagai teknologi tersebut baik secara gratis maupun membayar.²

Dalam melakukan jual beli tentu tidak bisa dengan cara asal, ada aturan-aturan yang mengikatnya, apabila jika jual beli dikaitkan dengan agama, karena dalam melakukan jual beli terdapat dua pihak yang salah satunya tidak boleh merasa dirugikan, jika ada yang merasa dirugikan maka batallah transaksi jual beli tersebut.

Dalam Islam sendiri jual beli diperkenalkan dalam bidang muamalah. Pengertian muamalah dalam arti luas adalah aturan hukum Allah untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi dan definisi pengertian muamalah dalam arti sempit adalah aturan-aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.³

Menurut jumhur ulama salah satu yang menjadi rukun dan syarat sahnya jual beli adalah *ijab* dan *qabul*, dimana terdapat syarat yang terkait dengan *ijab* dan *qabul* ini, yaitu *ijab* dan *qabul* ini dilakukan dalam satu majelis. Dengan kata lain dalam melakukan jual beli dilakukan dengan cara bertemunya dua orang yaitu penjual dan pembeli sehingga terciptalah *ijab* dan *qabul* dalam jual beli ini disatu tempat.

²Yusuf al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997 M.), h. 31

³Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h.1.

Aktivitas jual beli merupakan salah satu kegiatan manusia sehari-hari yang dihalalkan Allah, sebagaimana firman Allah : QS. Al-Baqarah /2: 275)

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

عَنْ جَابِرِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ آكِلَ الرِّبَا وَمُؤَكِّلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاْ حِدِيهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

Terjemahanya:

Dari Jabir r.a. berkata,”Rasulullah SAW melaknat pemakan riba,pemberi Riba,penulis dan kedua orang yang menjadi saksi atasnya.”Ia berkata,”mereka itu sama saja.” (HR.Muslim

Jual beli yang dilakukan tidak boleh bertentangan dengan syari’at agama Islam. Sebab syari’at Islam sebagai ajaran wahyu dapat ditetapkan menjadi dua kelompok. Pertama, ajaran islam yang bersifat absolut, universal atau permanen, tidak berubah dan tidak dapat diubah. Termasuk kelompok ini adalah ajaran islam tercantum dalam al-Qur’an dan Hadis. “Kedua ajaran islam yang bersifat relatif, lokal dan temporal yang senantiasa mengadaptasi perkembangan dan perubahan zaman. Termasuk dalam kelompok kedua ini adalah ajaran islam yang dihasilkan melalui proses ijtihad”.⁴

Syarat jual beli dalam Islam sebenarnya sudah terpenuhi oleh jual beli *online*, dimana selama benda yang dijual tidak najis dan memberikan manfaat, maka benda-benda tersebut halal hukumnya atau boleh untuk di perjual belikan.

⁴Faktuhrhman Jamil, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu,1997) h.43

Online shopping atau yang sering disebut belanja via online sendiri adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang dijual ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu website atau toko maya. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran diterima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan”.

Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi sesuatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seseorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Minat ini akan timbul jika produk yang dijual sesuai dengan keinginan pembeli, apabila keinginan konsumen ada di produk yang dijual oleh online shop tersebut maka konsumen akan membeli produk tersebut.⁵

Sementara, pilihan produk yang dibeli secara online berkaitan dengan karakteristik konsumen itu sendiri, konsumen online shopping di Indonesia masih sensitif terhadap harga, mereka cenderung membeli produk yang memiliki harga yang lebih rendah.

⁵Mohammad Nejatullah Siddiqi, “History of Islamic Economic Thought” dalam M. Umer Chapra, *Landscape Baru Perekonomian Masa Depan*, terjemah oleh Amdiar Amin dkk. h. 146

Online shop atau belanja online lewat internet merupakan suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet. Hanya perlu terhubung dengan internet untuk melakukan transaksi jual beli secara online.

Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi seperti sekarang ini gadget atau smartphone pun sudah bisa digunakan untuk mengakses internet dimana saja dan kapan saja. Maka disitulah alasan konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk melalui saluran tersebut.

Kemudian perilaku dapat berpengaruh langsung terhadap niat pembelian secara online. Konsumen biasanya memiliki kepercayaan terhadap atribut/logo suatu produk, dan atribut/logo tersebut merupakan alat untuk membangun image yang melekat dalam produk tersebut. Perilaku melihat atribut/logo menjadikan kepercayaan konsumen terhadap berbagai toko online tersebut dalam menilai suatu produk. Bagi perusahaan tanggapan konsumen terhadap produk yang dihasilkannya adalah sangat penting, termasuk penilaian konsumen terhadap atribut/logo produk itu sendiri. “Penilaian konsumen ini akan mempengaruhi niat belanja konsumen terhadap suatu produk”.⁶

Berbelanja secara online memang saat ini sedang dinikmati oleh sebagian besar mahasiswa, karena dengan cara baru inilah mahasiswa tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang yang diinginkan. Memilih barang apa saja yang diinginkan, cukup dengan memilih gambar yang tersedia di account

⁶Basu Swastha & Irawan, *Manajemen penjualan*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), h. 76.

online shop tersebut lalu memesannya secara langsung, membayar dengan cara mentransfer langsung, hal ini sangat mudah sekali dilakukan.⁷

Para konsumen online sangat menyukai belanja secara online karena menganggap lebih praktis, mudah dan dapat dilihat 24 jam. Selain itu, konsumen memilih pembelian online karena lebih menghemat waktu. Seperti yang kita ketahui, sikap konsumen itulah yang mendorong untuk mengkonsumsi barang secara online dan bahkan bisa berlebihan atau dengan kata lain tidak sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **“PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP MINAT BELI MELALUI SISTEM ONLINE SHOP (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)”**.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Penelitian

1. Fokus Penelitian

Rencana penelitian ini berjudul : “Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Belanja Melalui Sistem Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)”. Oleh karena itu maka penelitian ini difokuskan untuk mengetahui minat beli mahasiswa dengan sistem online shop tersebut.

2. Deskripsi Fokus

Berdasarkan pada fokus penelitian dari judul tersebut di atas, dapat dideskripsikan berdasarkan permasalahan dan pendekatan peneliti ini, bahwa

⁷Yusuf al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, h. 40

sistem minat beli pada penjual hasil produk barang melalui online shop dengan menerapkan pandangan islam merupakan suatu upaya kongrit yang dilakukan untuk mewujudkan penerapan harga yang adil, sehingga terciptanya keadilan produsen dalam menjual barangnya melalui sistem online dikalangan mahasiswa.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap minat beli sistem online shop ?

D. Kajian Pustaka

Mengenai pokok masalah yang penulis angkat mempunyai relevansi sejumlah teori yang ada dalam berbagai buku, skripsi, banyak teori yang dicari untuk lebih mudah dijadikan rujukan dalam menyusun skripsi ini. Penulis memberikan lewat bahan bacaan berupa buku, skripsi, jurnal dan majalah tulisan yang erat kaitannya dengan masalah pokok pembahasan ini.

Di antara beberapa skripsi dan buku yang mempunyai relevansi dengan judul skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. M. Nur Rianto Al Arif (2013) dalam jurnal skripsinya *Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah “Perkembangan transaksi jual beli kontemporer, tidak lagi semata mengandalkan penjualan dengan tatap muka. Transaksi jual beli kontemporer seiring dengan perkembangan teknologi, telah memunculkan bentuk penjualan lainnya yaitu penjualan online. Penjualan

online merupakan salah satu bentuk penjualan yang memanfaatkan teknologi seperti telepon pintar, tablet, gadget, dan yang memanfaatkan jaringan internet”.⁸

2. Yulia Kurniaty, Heni Hendrawati (2015) dalam jurnal skripsinya yang berjudul *Jual beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah “Dalam transaksi online, tujuan yang hendak dicapai merchant adalah memperoleh sejumlah uang, sedangkan bagi buyer tujuannya adalah mendapatkan barang/jasa yang ditawarkan, sehingga akibat hukumnya adalah kedua belah pihak memiliki kewajiban untuk serah terima uang dengan barang/jasa. Jika masing-masing pihak telah melaksanakan hak dan kewajibannya tersebut maka ini dibenarkan syara’, namun jika masing-masing pihak atau salah satunya ada itikad yang tidak baik untuk tidak melaksanakan hak atau kewajibannya atau dengan kata lain ada unsur penipuan (tadlis) dan tipu muslihat (taghir), inilah yang bertentangan dengan syara’” sehingga tidak diperbolehkan”.
3. Prasetyo Agus Nurrahmanto (2013) dalam skripsinya yang berjudul *Pengaruh kemudahan penggunaan kenikmatan berbelanja dalam kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen di situs jual beli Online bukalapak.com*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah “Minat beli diperoleh melalui proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk persepsi. Minat beli menciptakan suatu motivasi terhadap pikiran konsumen, yang pada akhirnya ketika konsumen harus memenuhi

⁸M. Nur Rianto Al Arif, *Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Surakarta: Era Intermedia, 2011), h.38

kebutuhannya maka akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam pikirannya. Minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang senang dan puas dalam membeli suatu produk maka hal itu akan memperkuat minat belinya”.

4. Dian Innes Anjaskara (2016) dalam judul skripsinya *Pengaruh Sikap Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram* “bahwa sikap pada media sosial Instagram berpengaruh terhadap minat belanja melalui Instagram. Sikap adalah perasaan positif atau negatif tentang suatu objek yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku dalam cara tertentu terhadap objek itu. Artinya sikap positif dan negatif mahasiswa FISIPOL UMY dapat membentuk minat seseorang dalam belanja produk kecantikan on line melalui instagram”.
5. Dewi Yuniar Magetana (2015) dalam judul skripsi nya yang berjudul *Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Baju Muslimah Di Online Shop Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta* “ada pengaruh positif antara harga dan kepercayaan terhadap minat beli baju muslimah di online shop, namun ada beberapa kelemahan penelitian yang diantaranya: Metode pengumpulan data yang digunakan hanya angket atau skala sehingga kurang dapat mengungkap secara mendalam gejala psikologis yang tidak nampak dalam diri individu, oleh karena itu peneliti selanjutnya perlu melengkapi dengan teknik pengumpulan data yang lain, misalnya dengan teknik observasi, wawancara atau psikotest.

Sehingga akan lebih dapat mengungkap secara mendalam kondisi psikologis subjek yang hendak diteliti”.⁹

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pandangan ekonomi islam terhadap minat belanja online shop.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi mengenai pandangan ekonomi islam terhadap minat belanja sistem online shop.
- b. Secara praktis dari penelitian ini adalah diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak berkepentingan seperti para pembelajar jurusan ekonomi Islam agar dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang minat belanja sistem online shop. Selain itu, dapat dijadikan bahan informasi bagi peneliti selanjutnya

⁹Dewi, Lestari, 2015 “*Konsumen, online, Dan Permasalahannya*”, <http://www.lkht.net/artikel-lengkap>, di akses tanggal (17 November 2016) , h.15

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. *Tinjauan Umum Tentang Ekonomi Islam*

1. Definisi Ekonomi Islam

Agama Islam merupakan agama yang diturunkan oleh Allah SWT ke muka bumi untuk menjadi *rahmatan lil alamin* (rahmat bagi seluruh alam), Islam tidak hanya sekedar mengatur masalah ibadah seseorang hamba kepada Tuhan-Nya, tetapi juga mampu menjawab berbagai macam bentuk tantangan pada setiap zaman, termasuk dalam persoalan ekonomi, yang dikenal pada saat ini dengan istilah Ekonomi Islam.

Kemunculan ekonomi Islam dipandang sebagai “sebuah gerakan baru yang disertai dengan misi dekonstruksi atas kegagalan sistem ekonomi dunia dominan selama ini”.¹⁰

Bahasa Arab istilah ekonomi diungkapkan dengan kata *al-‘iqtsad*, yang secara bahasa berarti: “kesederhanaan dan kehematan”. Dari makna ini, kata *al-iqtisad* berkembang dan meluas sehingga mengandung makna *‘ilm al-iqtisad*, ilmu yang berkaitan dengan atau membahas ekonomi.¹¹

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka Syariah. Ilmu yang mempelajari perilaku seorang muslim dalam suatu masyarakat Islam yang

¹⁰ Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 1

¹¹ Muslimin Kara, *Pengantar Ekonomi Islam* (Makassar: Alauddin Press, 2009), h. 1

dibingkai dengan syariah. Definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompetibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut “mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang *bapriori* (*apriory judgement*), benar atau salah harus diterima”.¹²

Secara terminologis, para pakar berbeda pendapat dalam mendefinisikan ekonomi Islam:

- 1) M. Umer Chapra: Ekonomi Islam adalah “suatu cabang ilmu pengetahuan yang membantu mewujudkan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber-sumber daya langka sesuai dengan *maqasid al-syari’ah* atau tujuan ditetapkannya syariah, tanpa mengekang kebebasan individu secara berlebihan, menimbulkan ketidakseimbangan makro ekonomi dan ekologi, atau melemahkan keluarga dan solidaritas sosial jalinan moral dan masyarakat.”¹³
- 2) Menurut Mohammad Nejatullah Siddiqi, ekonomi Islam adalah jawaban dari pemikir Muslim terhadap tantangan-tantangan ekonomi pada zamannya. Dalam upaya ini mereka dibantu oleh Al-Qur’an dan Sunnah Nabi, akal pikiran, dan pengalaman.
- 3) M. Abdul Mannan mendefinisikan ekonomi Islam dengan “ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami dengan nilai-nilai Islam”.

¹² Muslimin Kara, *Pengantar Ekonomi Islam*, h. 1

¹³ Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta:LPPP,2000), h. 6

- 4) Menurut Yusuf Al-Qardhawi, ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syariat Allah.¹⁴
- 5) Khurshid Ahmad mendefinisikan ekonomi Islam dengan suatu usaha sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia dalam hubungannya kepada persoalan tersebut menurut perspektif Islam.¹⁵

Masih banyak para ahli yang memberikan definisi tentang apa itu ekonomi Islam. Sehingga ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku individu muslim dalam setiap aktivitas ekonomi syariahnya harus sesuai dengan tuntutan syariat Islam dalam rangka mewujudkan dan menjaga maqasid syariah (agama, jiwa, akal, nasab, dan harta).¹⁶

a. Hakekat Ekonomi Syariah

Berbagai pengertian ekonomi, baik yang dikemukakan oleh ekonomi Barat maupun oleh pakar ekonomi syariah sendiri menempatkan individu (manusia) sebagai objek kajian ekonomi. Namun demikian, konsep ekonomi syariah tidak hanya mengkaji individu sebagai makhluk sosial, sebagaimana yang menjadi kajian ekonomi Barat, tapi lebih dari itu. Konsep ekonomi syariah juga menempatkan individu sebagai makhluk yang mempunyai potensi religius. Oleh

¹⁴ M. Abdul Mannan, *Islamic Economic: Theory and Practice*, (Cambridge: The Islamic Academy, 1986), h.18

¹⁵ Yusuf al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, h. 31

¹⁶ Khurshid Ahmad, "Nature and Significance of Islamic Economic" dalam M. Umer Chapra, *Landscape Baru*, h. 146

sebab itu, dalam pemenuhan kebutuhannya, atau aktifitas ekonomi lainnya, ekonomi syariah menempatkan nilai-nilai Islam sebagai dasar pijakannya. Berbeda dengan konsep ekonomi Barat yang menempatkan kepentingan individu sebagai landasannya.

Nilai-nilai Islam tidak hanya berkaitan dengan proses ekonomi tapi juga berkaitan dengan tujuan dari kegiatan ekonomi. Islam menempatkan bahwa tujuan ekonomi tidak hanya kesejahteraan duniawi saja, tapi juga untuk kepentingan yang lebih utama yaitu kesejahteraan ukhrawi.¹⁷

b. Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah

Pada dasarnya prinsip-prinsip dalam ekonomi syariah, sebagai berikut:

1) Prinsip Tauhid

Tauhid dalam ajaran Islam merupakan suatu yang sangat fundamental dan bahkan misi utama para rasul Allah kepada umat manusia adalah dalam rangka penyampaian (*tabligh*) ajaran tauhid, yaitu menghimbau manusia untuk mengakui kedaulatan Tuhan serta berserah diri kepada-Nya, sekaligus sebagai tujuan utama kenabian. Para nabi dan rasul diutus dimuka bumi ini dalam rangka mengajak umat manusia untuk bersikap mengesakan Allah SWT. Nabi Muhammad SAW. dalam rangka mendakwakan Islam, ajaran tauhid merupakan ajaran dasar yang pertama kali ditanamkan pada diri umatnya, sebelum syariah maupun lainnya diajarkan.

¹⁷ Yusuf al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, h.78

2) Prinsip Keseimbangan

Kegiatan ekonomi syariah harus didasarkan pada prinsip keseimbangan. Keseimbangan yang dimaksudkan bukan hanya berkaitan dengan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi, tapi juga berkaitan dengan keseimbangan kebutuhan individu dan kebutuhan kemasyarakatan (umum). Islam menekankan keselarasan antara lahir dan batin, individu dan masyarakat.

Pencapaian kesejahteraan dunia dan akhirat dilakukan secara bersama-sama. Oleh sebab itu, sumber daya ekonomi harus diarahkan untuk mencapai kedua kesejahteraan tersebut. Islam menolak secara tegas umat manusia yang terlalu rakus dengan penguasaan materi dan menganggapnya sebagai ukuran keberhasilan ekonomi. Sebagaimana yang menjadi tujuan ekonomi dalam sistem ekonomi kapitalisme dan sosialisme. Melupakan salah satu aspek kesejahteraan di atas berarti menutup jalan kepada pencapaian kesejahteraan yang sejati.

Nilai dasar keseimbangan ini selain mengutamakan kepentingan dunia dan akhirat, juga mengutamakan kepentingan perorangan dan kepentingan umum, dengan dipeliharanya keseimbangan antara hak dan kewajiban.¹⁸

3) Prinsip Khilafah

Manusia adalah khalifah (wakil) tuhan di muka bumi yang harus menjalankan aturan dan hukum-hukum yang telah ditetapkan pemberi “mandat” kekhalifahan, Allah swt.

¹⁸ Muslimin Kara, *Pengantar Ekonomi Islam*, h.2

Menurut M. Umer Chapra, ada empat faktor yang terkait dengan khilafah dalam hubungannya dengan ekonomi Islam, yaitu *universal brotherhood* (persaudaraan universal), *resource are a trust* (sumber daya alam merupakan amanat), *humble life style* (gaya hidup sederhana), dan *human freedom* (kemerdekaan manusia).¹⁹ Keempat faktor ini merupakan penyangga khilafah sebagai wahana untuk mencapai kesejahteraan kehidupan dunia dan kesejahteraan diakhirat. Persaudaraan universal yang melibatkan seluruh umat manusia karena setiap orang adalah khilafah Allah di muka bumi tanpa membedakan suku, bangsa, atau negara asal. Persaudaraan ini membawa pada kesamaan derajat (*social equity*) dan kehormatan umat manusia.

4) Keadilan ('Adl)

Nilai keadilan merupakan konsep universal yang secara khusus berarti menempatkan sesuatu pada posisi dan porsinya. Kata adil dalam hal ini bermakna tidak berbuat zalim kepada sesama manusia, bukan berarti sama rata sama rasa. Dengan kata lain, maksud adil di sini adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya.²⁰

B. Teori Konsumsi Islam

Konsumsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *to consume* yang berarti memakai atau menghabiskan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata konsumsi itu diartikan dengan pemakaian barang hasil produksi berupa pakaian,

¹⁹ M. Umer Chapra, "Negara Sejahtera Islami dan Perannya di Bidang Ekonomi", dalam Ainur R. Sophian, *Etika Ekonomi Politik: Elemen-Elemen Strategi Pembangunan Masyarakat Islam*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1997), h. 28

²⁰ Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Cet.2 Jakarta: Siar Grafik, 2009), h. 5

makanan dan lain sebagainya.²¹ Sedangkan Menurut Deliarnov, Konsumsi adalah bagian dari pendapatan yang dibelanjakan untuk pembelian barang-barang dan jasa-jasa guna mendapatkan kepuasan dan memenuhi kebutuhan.

Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia secara langsung menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya, dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan yang berakibat mengurangi ataupun menghabiskan nilai guna suatu barang/jasa.

Secara luas konsumsi adalah kegiatan untuk mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa, baik secara sekaligus maupun berangsur-angsur untuk memenuhi kebutuhan. Orang yang memakai, menghabiskan atau mengurangi kegunaan barang atau jasa disebut konsumen. Dengan kata lain, konsumen adalah orang yang melakukan kegiatan konsumsi. Konsumsi bukan hanya sekedar makan atau minum, tetapi merupakan setiap penggunaan atau pemakaian barang-barang dan jasa-jasa yang secara langsung dapat memuaskan kebutuhan seseorang. Objeknya segala macam barang dan jasa yang dapat digunakan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan manusia.

Prinsip konsumsi menurut perspektif Islam adalah

1. Prinsip Halal

Syarat ini mengandung arti ganda yang penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum. Dalam soal makanan dan minuman, yang

²¹Dewan Pengurus Nasional FORDEBI, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016), h. 317

terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging

Binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain Allah.²²

Seperti yang telah dijelaskan dalam QS AL. Baqarah/ 2:173

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ١٧٣

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang ketika disembelih disebut nama selain Allah, tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa memakannya sedang ia tidak menginginkannya dan tidak pula melampaui batas maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كُلُوا وَتَقُوا الْبُسُوفَ غَيْرَ إِسْرَافٍ (وَلَا مَخِيلَةَ) (رَوَاهُ النَّسَائِيُّ)

Artinya: Dari Amr bin Syuaib dari ayahnya dari kakeknya berkata, Rasulullah SAW bersabda: “Makan dan minumlah, bersedekalah serta berpakaianlah dengan tidak berlebihan dan tidak sombong.” (HR. Nasa’i)

Maksud hadits tersebut adalah makanan yang haram sudah jelas yaitu makanan yang dilarang oleh agama untuk dimakan. Dan Allah menjelaskan sesuatu yang haram ada dua macam yaitu haram dzatnya dan haram “Arid” (haram mendatang karena suatu sebab). Makanan yang haram dzatnya seperti daging babi, darah, bangkai, daging hewan yang disembelih atas nama selain Allah dll. Sedangkan haram arid adalah haram dimakan karena cara memperoleh atau mengolahnya, misalnya ayam hasil mencuri dan sebagainya

2. Prinsip Kebersihan

Syarat yang kedua ini tercantum dalam kitab suci Al-Qur’an maupun Sunnah tentang makanan. Harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor

²²Muhammad Sharif Chaundy, Sistem Ekonomi Islam (cet. 1; Surabaya : Kencana, 2012), h. 137.

ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.²³

3. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebih.

4. Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati perintah Islam, tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntutan-Nya dan perbuatan adil sesuai dengan itu yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya.

5. Prinsip Moralitas.

Bukan hanya mengenai makanan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian ia akan merasakan kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagia.

²³ Muhammad Sharif Chaundy, Sistem Ekonomi Islam (cet. 1; Surabaya : Kencana, 2012), h. 138.

Sebagaimana kita pahami dalam pengertian ilmu ekonomi konvensional, bahwa ilmu ekonomi pada dasarnya mempelajari upaya manusia baik sebagai individu maupun masyarakat dalam rangka melakukan pilihan penggunaan sumber daya yang terbatas guna memenuhi kebutuhan (yang pada dasarnya tidak terbatas) akan barang dan jasa. Kelangkaan akan barang dan jasa timbul bila kebutuhan (keinginan) seseorang atau masyarakat ternyata lebih besar daripada tersedianya barang dan jasa tersebut. Jadi kelangkaan ini muncul apabila tidak cukup barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.²⁴

Kehendak seseorang membeli atau memiliki suatu barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan atau faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Disisi lain keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang.²⁵

Secara umum, pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual ataupun material. Sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan *masalah* sekaligus kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat semat. Dalam kasus, jika yang diinginkan bukan

²⁴ Mustafa Edwin nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2006), h. 68

²⁵ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2008) h. 130

merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja.²⁶

2. Minat Beli

1. Definisi Minat Beli

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Minat beli merupakan kecendrungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dalam waktu tertentu. Pembelian nyata terjadi apabila konsumen telah memiliki minat untuk membeli sebuah produk.

Pembelian nyata merupakan sasaran akhir konsumen dimana minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan perencanaan untuk membeli sejumlah produk dengan merk tertentu, pengetahuan akan produk yang akan dibeli sangat diperlukan oleh konsumen.²⁷

Lebih lanjut mengungkapkan bahwa minat beli timbul karena sikap konsumen terhadap suatu objek atau produk, keyakinan konsumen pada kualitas

²⁶Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, h. 131

²⁷ Durianto, Darmadi, Dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk* , (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 112

produk, dimana semakin rendah keyakinan konsumen maka akan semakin rendah minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat beli, karena minat beli merupakan salah satu tahap yang pada subjek yang sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Membeli adalah memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan pengorbanan. Sehingga dengan mengacu pada pendapat diatas, minat membeli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan obyek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau dengan pengorbanan.²⁸ Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli pada konsumen dimana di antaranya ditinjau dari sisi periklanan suatu produk, serta harga yang sesuai kualitas produk yang didapatkan.²⁹

Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang akan di evaluasi. Bila manfaat yang diterima lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi dan sebaliknya apabila manfaat yang diterima lebih kecil dibandingkan pengorbanannya, maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan

²⁸ Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), h. 25

²⁹ Ferdinan, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi* (Semarang, Universitas Diponegoro 2002), h.

beralih pada produk lain yang sejenis.³⁰ Beberapa karakteristik mengenai minat beli, yaitu ³¹

- a) Minat tradisonal, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu produk prefrensinya.
- d) Minat eksploratif, yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif tersebut.

Dari pengertian diatas jika kita ingin mempengaruhi seseorang yaitu dengan mempelajari apa yang telah dipikirkan, dengan demikian akan didapatkan bagaimana informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya.

Hal yang dinamakan “The Buying Process” (Proses Pembelian) merupakan suatu proses dimana kita dapat memberikan suatu informasi persuasif

³⁰Rizky Anugerah Pratama, *Analisis Pengaruh Citra Merek Daya Tarik Iklan dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Nokia Lumia*,(Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2011), h. 13

³¹Ferdinan, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, h.120

yang spesifik untuk bisa mempengaruhinya, dan terbagi atas beberapa indikator, yaitu :³²

- a) *Need* (Kebutuhan), proses pembelian berawal dari adanya kebutuhan yang tak harus terpenuhi atau kebutuhan yang muncul pada saat itu dan memotivasi untuk melakukan pembelian.
- b) *Recognition* (Pengenalan), kebutuhan belum cukup untuk merangsang terjadinya pembelian karena mengenali kebutuhan itu sendiri untuk dapat menetapkan sesuatu untuk memenuhinya.
- c) *Search* (Pencarian), merupakan bagian aktif dalam pembelian yaitu mencari jalan untuk mengisi kebutuhan tersebut.
- d) *Evaluation* (Evaluasi), suatu proses untuk mempelajari semua yang didapat selama proses pencarian dan mengembangkan beberapa pilihan.
- e) *Decision* (Keputusan), langkah terakhir dari proses pembelian untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diterima.

Minat beli, yaitu suatu persepsi pada suatu produk barang maupun jasa yang terbentuk dari suatu produk proses pemikiran. Minat beli yang muncul menciptakan suatu dorongan dan keinginan yang ada dalam pemikirannya, yang pada akhirnya ketika seseorang akan mewujudkan keinginan dan dorongan yang telah dipikirkannya tersebut untuk memenuhi kebutuhannya.

Swastha dan Irawan juga mengemukakan bahwa “faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli berhubungan dengan perasaan serta emosi”,³³ bila

³²Bernard Budiono, Studi Mengenai *Pengembangan Strategi Produk*: Studi Kasus Minat Beli Produk Baru Telkom Flexi, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol III, No. 2 (2004), h. 34

³³Ferdinan, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, h.117

seseorang merasa senang serta puas dalam membeli barang atau jasa dapat memperkuat minat beli terhadap suatu barang maupun jasa, ketidakpuasan terhadap barang maupun jasa menghilangkan minat.

Perasaan yang positif pada suatu produk juga akan menimbulkan suatu keinginan dan dorongan untuk memiliki, ingin mencari dan ingin selalu mencari tahu atau bisa disebut juga dengan mempunyai minat yang kuat seseorang konsumen yang merasa kurang tertarik pada suatu produk, maka tidak ada keinginan dan dorongan yang muncul untuk memiliki produk tersebut. Menurut Kotler dalam Bernard Budiono, terdapat beberapa faktor yang membentuk minat beli konsumen yaitu:³⁴

- a) Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang yang akan bergantung pada dua hal yaitu motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain dan intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai.
- b) Faktor situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen itu sendiri, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang.

2. Ciri-ciri Minat beli

Kecenderungan seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri :

³⁴Bernard Budiono, Studi Mengenai *Pengembangan Strategi Produk*: Studi Kasus Minat Beli Produk Baru Telkom Flexi, h. 36

- a) Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa. Konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu kecenderungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.
- b) Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa. Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.
- c) Menceritakan hal yang positif. Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika ditanya konsumen lain, maka secara otomatis konsumen tersebut akan menceritakan hal yang positif terhadap konsumen lain, karena konsumen yang memiliki suatu minat secara eksplisit memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan.
- d) Kecenderungan untuk merekomendasikan. Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seorang yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang akan cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen

lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain.

Ada 3 hal mendasar mengapa konsumen ingin membeli produk atau jasa yang ditawarkan:³⁵

- a) Faktor minat beli primer (kebutuhan barang pokok) Kebutuhan utama yang harus dipenuhi untuk bertahan hidup oleh calon pelanggan. Contoh: Bahan makanan pokok (beras, gula, lauk pauk).
- b) Faktor minat beli sekunder (kebutuhan pelengkap) Kebutuhan pelengkap dan hanya digunakan sesekali oleh calon pelanggan. Contoh: Pakaian.
- c) Faktor minat beli tersier (kebutuhan spesifik).
- d) Kebutuhan yang dianggap tidak terlalu penting oleh calon pelanggan. Produk ini mempunyai spesifikasi khusus dengan pangsa pasar khusus.

3. *Minat Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam*

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang berupa dorongan keinginan untuk memiliki sehingga berusaha untuk mendapatkannya.

Jual beli didefinisikan sebagai perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua pihak, yang satu menerima barang dan pihak yang lain menerima sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

- a) Masalah dalam Perilaku Konsumen Islami Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Pola konsumsi pada

³⁵ 6 William J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, (Singapore: Graw Hill International, 2002), 10th Edition, h. 87

masa kini lebih menekankan aspek pemenuhan keinginan material daripada aspek kebutuhan yang lain.³⁶ Perilaku konsumsi Islami berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan Hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini.

Akibat dari rasionalitas konsumsi yang lebih mendukung individualisme dan *self interest*, maka keseimbangan umum tidak dapat dicapai. Yang terjadi adalah munculnya berbagai ketimpangan dalam berbagai persoalan sosioekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama (masalah).³⁷

- b) Kebutuhan dan Keinginan Imam Al-Ghazali telah membedakan dengan jelas antara keinginan (syahwat) dan kebutuhan (hajat). Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Lebih jauh Imam Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna dan steril. Konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah. Pandangan ini tentu sangat berbeda dari dimensi yang melekat pada konsep konsumsi konvensional. Pandangan konvensional yang materialis melihat bahwa konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan

³⁶ Roni Andesa, “Sumber Referensi Ekonomi dan Bisnis”, (17 November 2013), dari <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2010/04/pengertian-minat-konsumen.html>

³⁷ Ferdhy Febrian, *The Power of Selling*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), h. 174.

dan lain-lain tanpa memedulikan pada dimensi spiritual karena hal itu dianggapnya berada di luar wilayah otoritas ilmu ekonomi.³⁸

Sebelum melakukan pembelian, seorang penjual harus bisa membangkitkan minat beli konsumen. Salah satu caranya ialah dengan memperindah tampilan produk dan membuat promosi semenarik mungkin agar calon konsumen bisa melihat dan mau mencari informasi mengenai produk yang ditawarkan penjual. Dan memang dalam melakukan suatu usaha untuk menarik minat beli konsumen itu tidak gampang. Karena mereka yang memiliki keputusan pembelian. Jadi sebagai penjual harus kreatif agar bisa mendapatkan pembeli dan menjadikannya pelanggan. Jika usaha yang dilakukan sudah maksimal, pasti akan ada hasil yang memuaskan.

Firman Allah dalam Al-Qur'an tentang balasan usaha ³⁹ QS. An-Najm/53: 39 – 40

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ۚ ۝٣٩ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ۚ ۝٤٠

Terjemahnya:

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang Telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihat (kepadanya)”.

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang

³⁸ Ahmad Izzan & Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah; Ayat-Ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, (Cet 1), (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), h. 354.

³⁹ Mustafa Edwin Nasution, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Graha Ilmu op.cit, 2011), h. 130.

jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah mashlahah atau tidak mendatangkan mudharat.⁴⁰

4. Jual Beli Online Shop Dalam Pandangan Islam

1. Definisi Online Shop

Belanja online merupakan kegiatan sukarela, hedonis, dan penggunanyaberpartisipasi karena termotivasi secara intrinsik. Kenikmatan dapat diperoleh dari kesenangan dan kegembiraan dalam pengalaman berbelanja secara online, bukan berdasarkan penyelesaian dari transaksi tersebut menemukan bahwa kenikmatan sebagai prediktor yang konsisten dan kuat terhadap sikap berbelanja online. Jika konsumen menikmati kegiatan mereka dalam berbelanja online, maka konsumen akan memiliki sikap yang lebih positif terhadap belanja online itu sendiri. Dengan adanya sikap positif tadi, konsumen lebih mungkin berminat untuk membeli sebuah produk dengan menggunakan media internet sebagai media berbelanjanya.

⁴⁰ Beni Rizki, *Analisis Pengaruh Iklan Flexi Terhadap Minat Beli Konsumen* (Studi pada Masyarakat Kec. Tampan Pekanbaru), Skripsi (Program Studi Manajemen UIN SUSKA Riau, Pekanbaru, 2012), h. 36-37.

Belanja online memiliki pengertian suatu transaksi jual beli yang dilakukan kedua belah pihak melalui dunia maya yaitu menggunakan akses internet. Konsumen tidak langsung mendatangi toko untuk mencari produk, namun akan langsung melakukan transaksi dengan sebuah toko maupun penjual dalam situs online ketika sudah mendapatkan produk yang diinginkan. Pencarian informasi produk sangat mudah dilakukan dan menghemat waktu serta biaya, sehingga sangat menguntungkan bagi konsumen. Kelebihan ini menjadi daya tarik dari belanja online daripada belanja dengan cara konvensional (biasa).

Pada era modernisasi saat ini, masyarakat cenderung menyukai hal-hal yang instan dan praktis karena semakin berkembangnya teknologi masa kini. Oleh karena itu, hal ini yang mendorong masyarakat untuk lebih memilih belanja online. Perusahaan melakukan promosi dan memasarkan produknya melalui situs jual beli online maupun sosial media dengan spesifikasi harga dan kualitas yang jelas mulai dari makanan, barang elektronik, aksesoris, pakaian, hingga alat kebutuhan rumah tangga. Dengan alternatif banyaknya penjual dalam jual beli online akan memudahkan konsumen untuk memilih dan membandingkan harga dengan kualitas yang sama pada perusahaan lainnya. Konsumen hanya butuh koneksi internet untuk bebas memilih barang sesuai keinginannya. Sasaran dari bisnis online ini adalah konsumen yang memiliki aktivitas padat dan tidak mempunyai banyak waktu untuk berbelanja mencari barang yang dibutuhkan atau diinginkan.

Proses serta transaksinya sangat mudah dan tidak perlu banyak waktu, hanya melakukan transfer serta konsumen tinggal menunggu barang yang

diinginkan sampai dirumah. Tidak heran karena fleksibilitasnya, jual beli online sangat digemari oleh para konsumen karena hanya duduk manis melakukan jual beli tanpa harus pergi ke suatu tempat untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

Jual beli didefinisikan sebagai suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima barang dan pihak yang lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Jual beli Online dalam syariat islam diperbolehkan berdasarkan Firman Allah SWT Surat An-Nisa'/4 : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Penjualan online berbasis media sosial dalam ekonomi islam Penjualan online merupakan salah satu jenis transaksi jual-beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya, yang saat ini paling banyak dilakukan ialah dengan berbasis penjualan online berbasis media sosial kepada media sosial seperti facebook, twitter, dan berbagai media sosial lainnya untuk memasarkan produk yang mereka jual. Saat ini penjualan online merupakan salah satu jenis transaksi yang banyak dipergunakan dalam jual beli. Kemudian “bagaimanakah perspektif

ekonomi Islam dalam memandang penjualan online yang saat ini telah menjadi suatu hal yang sangat lumrah dilakukan dalam transaksi jual beli, terutama kepada penjualan online yang berbasis kepada media sosial”.⁴¹

Untuk menjawabnya, harus ditelusuri apakah dalam penjualan online telah memenuhi rukun-rukun akad yang sesuai dengan aturan fiqh. Sebagaimana yang diketahui ada empat rukun akad, yaitu: (a) ada pihak-pihak yang berakad; (b) sighah atau ijab qabul; (c) Al-ma'qud alaih atau objek akad; (d) tujuan pokok akad tersebut dilakukan.

Pihak-pihak yang berakad dalam penjualan online telah jelas, yaitu ada yang bertindak sebagai penjual dan ada yang bertindak sebagai pembeli. Sighah dalam penjualan online biasanya berupa syarat dan kondisi yang harus disetujui oleh konsumen. Syarat dan kondisi (*term and conditions*) yang harus disetujui dapat dipahami sebagai sebuah sighah yang harus dipahami baik oleh produsen maupun oleh konsumen.

Penjualan online bentuk sighah yang dilakukan adalah dengan cara tulisan. Contohnya apabila kita membeli suatu program melalui telepon pintar (*smartphone*) akan ada pilihan bahwa konsumen telah membaca dan menyetujui aturan dan perjanjian yang dibuat. Syarat dan kondisi yang disetujui ini merupakan sighah yang harus dipahami baik oleh produsen maupun konsumen pada penjualan online. Begitu pula apabila kita melakukan transaksi dengan menggunakan media sosial, penjual harus menulis syarat dan kondisi apa saja

⁴¹M. Nur Rianto Al Arif, Al Arif, M. Nur Rianto. *Penjualan Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. (Surakarta: Era Intermedia, 2011), h. 8

yang terdapat dalam transaksi tersebut, sehingga terjadi keterbukaan antara penjual dan pembeli.

Kemudian rukun akad yang ketiga adalah objek akad dalam transaksi, dalam penjualan online objek akad harus jelas dan barang harus secara sempurna dimiliki oleh si penjual. Tidak boleh dalam penjualan online maupun penjualan tatap muka, barang belum dikuasai secara sempurna oleh si penjual. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar tidak terjadi penipuan oleh si penjual. Penjual dalam penjualan online harus secara jelas menulis berbagai spesifikasi dari barang yang dijual termasuk kekurangan dari barang tersebut jika ada.

a) Rukun dan Syarat Jual Beli dalam Islam

Rukun jual beli ada tiga, yaitu akad (ijab qobul), orang-orang yang berakal (penjual dan pembeli), dan ma'qud 'alaih (objek akad).

Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan qabul dilakukan. Sebab ijab qabul menunjukkan kerelaan. Pada dasarnya ijab qabul dilakukan dengan lisan, akan tetapi kalau tidak memungkinkan karena bisu atau lainnya, boleh dengan surat-menyurat yang mengandung arti ijab qabul.⁴² Adapun syarat-syarat sah ijab qabul adalah sebagai berikut:

- 1) Jangan ada yang memisahkan, pembeli jangan diam saja setelah menyatakan ijab dan sebaliknya.
- 2) Jangan diselingi kata-kata lain antara ijab dan qabul.

⁴⁰Nhumedia, *Istilah-istilah Ngetrend dalam jual beli online*
<http://www.nhumedi.webid/2015/04/istilah-istilah-ngetrend-jual-beli-online.html> (14 September 2017)

b) Rukun benda yang diperjualbelikan:

- 1) Suci
- 2) Memberi manfaat
- 3) Jual beli tidak dikaitkan dengan hal-hal tertentu
- 4) Jual beli tidak terbatas waktu
- 5) barang-barang yang hilang atau barang yang sulit diperoleh kembali karena samar.
- 6) Milik sendiri
- 7) Spesifikas barang benar-benar diketahui

c) Macam-macam jual beli

- 1) Jual beli benda yang terlihat ialah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan ada didepan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras dipasar.⁴³
- 2) Jual beli yang disebut sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli salam (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, salam adalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu. Sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

⁴³Nhumedia, *Istilah-istilah Ngetrend dalam jual beli online*
<http://www.nhumedi.webid/2015/04/istilah-istilah-ngetrend-jual-beli-online.html> (14 September 2017)

Pada jual beli jenis ini memiliki syarat:

- 1) Disebutkan sifat-sifat barang yang diperjualbelikan.
- 2) Disebutkan kelemahan, kelebihan, cacat, dan lainnya.
- 3) Barang yang biasa diperjualbelikan
- 4) Harga ditetapkan pada saat akad.

d) *Jual beli Salam (Jual beli Pembayaran di Muka).*

a. Pengertian Jual beli Salam

Kata as-salam disebut juga dengan as-salaf. Maknanya, adalah menjual sesuatu dengan sifat-sifat tertentu, masih dalam tanggung jawab pihak penjual tetapi pembayaran segera atau tunai. Para ulama fikih menamakannya dengan istilah *alMahawi'ij*. Artinya, adalah sesuatu yang mendesak, karena jual beli tersebut.

barangnya tidak ada di tempat, sementara dua belah pihak yang melakukan jual beli dalam keadaan terdesak. Pihak pemilik uang membutuhkan barang, dan pemilik barang memerlukan uang, sebelum barang berada di tempat. Uang dimaksud untuk memenuhi kebutuhannya. Ada pendapat yang mengartikan jual beli salam adalah pembiayaan terkait dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang. Jual beli salam ini, biasanya berlaku untuk jual beli yang objeknya adalah agrobisnis. Misalnya, gandum, padi, tebu dan sebagainya.⁴⁴

Dalam jual beli salam, spesifikasi dan harga barang pesanan disepakati oleh pembeli dan penjual di awal akad. Ketentuan harga barang pesanan tidak dapat berubah selama jangka waktu akad. bertindak sebagai. Barang pesanan harus

⁴⁴ Siti Mujiatun, *Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna'*, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2013), h.208

diketahui karakteristiknya secara umum yang meliputi: jenis, spesifikasi teknis, kualitas dan kuantitasnya. Barang pesanan harus sesuai dengan karakteristik yang telah disepakati antara pembeli dan penjual. Jika barang pesanan yang dikirimkan salah atau cacat, maka penjual harus bertanggung jawab atas kelalaiannya.

b..Rukun-rukun Jual beli Salam

Adapun rukun salam adalah;

- a. Pembeli (muslam)
- b. Penjual (muslam ilahi)
- c. Modal uang (annuqud)
- d. Barang (muslam fihi)
- e. Serah terima barang (Ijab qabul).⁴⁵

c. Syarat-syarat Jual Beli Salam

Pihak yang berakad : a. Ada kerelaan di antara dua belah pihak dan tidak ingkar janji b. Cakap dalam bertindak

Dewan Syariah Nasional menetapkan aturan tentang Jual beli Salam sebagai berikut:

Ketentuan tentang pembayaran :

- a. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
- b. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati
- c. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.

⁴⁵ Siti Mujiatun, *Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna'*, {Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2013}, h.210

D. Jual beli Istishna'

a..Pengertian Jual beli Istishna'

Istishna' adalah akad yang berasal dari bahasa Arab artinya buatan. Menurut para ulama bay' Istishna' (jual beli dengan pesanan) merupakan suatu jenis khusus dari akad bay' as-salam (jual beli salam). Jenis jual beli ini dipergunakan dalam bidang manufaktur. Pengertian bay' Istishna' adalah akad jual barang pesanan di antara dua belah pihak dengan spesifikasi dan pembayaran tertentu. Barang yang dipesan belum diproduksi atau tidak tersedia di pasaran. Pembayaran dapat secara kontan atau dengan cicilan tergantung kesepakatan kedua belah pihak. Jual beli al-istishna' dapat dilakukan dengan cara membuat kontrak baru dengan pihak lain.⁴⁶

b. Dasar Hukum Jual beli Istishna

Sebagai dasar hukum jual beli istishna' adalah sama dengan jual beli salam, karena ia merupakan bagian pada jual beli salam. Pada jual beli salam barang-barang yang akan dibeli sudah ada, tetapi belum berada di tempat. Pada jual beli istishna' barangnya belum ada dan masih akan dibuat atau diproduksi. Atas dasar ini, maka menurut mazhab Hanafi pada prinsipnya jual beli istishna' itu tidak boleh. Akan tetapi dibolehkan karena prakteknya dalam masyarakat sudah menjadi budaya dan di dalamnya tidak terdapat gharar atau tipu daya.

Berdasarkan akad pada jual beli istishna', maka pembeli menugaskan penjual untuk menyediakan pesanan sesuai spesifikasi yang disyaratkan. Tahap

⁴⁶ Siti Mujiatun, *Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna'*, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2013), h.214

selanjutnya, tentu diserahkan kepada pembeli dengan cara pembayaran dimuka atau tangguh. Spesifikasi dan harga barang pesanan disepakati oleh pembeli dan penjual di awal akad. Ketentuan harga barang pesanan tidak dapat berubah selama jangka waktu akad.

c. Rukun-rukun Jual beli Istishna'

Adapun rukun-rukun istishna' adalah sebagai berikut :

- a. Produsen / pembuat barang (shaani') yang menyediakan bahan bakunya
- b. Pemesan / pembeli barang (Mustashni)
- c. Proyek / usaha barang / jasa yang dipesan (mashnu')
- d. Harga (saman)
- e. Serah terima / Ijab Qabul .⁴⁷

d. Syarat-syarat Jual beli Istishna'

Syarat-syarat jual beli istishna' adalah sebagai berikut :

- a. Pihak yang berakal cakap hukum dan mempunyai kekuasaan untuk melakukan jual beli
- b. Ridha / keraalan dua belah pihak dan tidak ingkar janji.
- c. Apabila isi akad disyaratkan Shani' hanya bekerja saja, maka akad ini bukan lagi istishna, tetapi berubah menjadi akad ijarah
- d. Pihak yang membuat barang menyatakan kesanggupan untuk mengadakan / membuat barang itu

⁴⁷ Siti Mujiatun, *Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna'*, {Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2013}, h.215

- e. Mashnu' (barang / obyek pesanan) mempunyai kriteria yang jelas seperti jenis, ukuran (tipe), mutu dan jumlahnya
- f. Barang tersebut tidak termasuk dalam kategori yang dilarang syara' (najis, haram, samar/ tidak jelas) atau menimbulkan kemudratan.

2. Tujuan *Online Shopping*

Adapun tujuan *Online Shopping* antara lain:

- a. Ingin mempermudah bagi siapa saja yang ingin berbelanja pakaian tanpa harus repot-repot keluar rumah .
- b. Menjadi toko online yang selalu dipercaya para pelanggan.
- c. Memberikan produk dengan berbagai macam merek dengan harga yang terjangkau.
- d. Memberikan produk dengan kualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau.
- e. Menjadi toko online yang selalu memberikan kepuasan bagi pelanggan dengan menjamin keaslian barang yang dibeli, serta pengiriman yang relatif aman dan cepat.⁴⁸

3. Manfaat *Online Shopping*

Salah satu kegiatan yang disukai dalam berbelanja online. Dengan berbelanja tentu para produsen dapat memberikan sebuah kepuasan tertentu untuk setiap pembelinya. Pembelinya pun merasakan berbagai manfaatnya. Menurut Jamie Jefferson menuliskan beberapa manfaat dari hadirnya online store, yaitu:⁴⁹

⁴⁸Dabsidab's. *Artikel Tentang Tujuan Online Shopping*. <http://wordpress.com>, (27 September 2017).

⁴⁹Heni Minata. *Artikel Tentang Informasi*. <http://mirrorforest.blogspot.com/2012/03/5-manfaat-dari-belanja-online.html>, (4 Oktober 2017).

- a. Lebih hemat sebab harga yang biasanya lebih murah karena tidak adanya pajak dan biaya sewa. Bahkan beberapa toko menawarkan diskon bahkan kupon berbelanja online
- b. Mudah dan cepat dalam hal membandingkan produk, kualitas dan harga sehingga para pembeli mendapatkan barang yang di incar dengan harga yang termurah dengan kualitas yang sama. Hal ini disebabkan pedagang lebih berani dalam menuliskan informasi produk atau jasa yang dijual olehnya dengan lengkap.
- c. Konsumen dapat berpergian dari satu toko online ke toko online lainnya tanpa perlu takut capek karna konsumen hanya perlu duduk dengan komputer untuk mengunjungi setiap toko yang di inginkan.
- d. Nyaman karena toko ini buka selama 24 jam setiap harinya sehingga para konsumen bisa leluasa melihat produk maupun jasa dari sebuah toko kapan saja dan dimana saja.
- e. Ramah lingkungan sebab selama berbelanja tidak perlu berpergian sehingga menghemat bahan bakar yang berarti menurunkan pembakaran bahan bakar dan polusi udara. Bahkan dengan hadirnya toko online, kertas yang digunakan pun berkurang.

4. Kelebihan dan Kekurangan *Online Shopping*

Memulai untuk belanja online memang tidak mudah, apalagi karakteristik masyarakat kita yang belum familiar dengan toko online. Banyak orang yang beranggapan belanja secara online murigakan, mulai dari alasan seperti membeli kucing dalam karung hingga ongkos kirim yang memberatkan.

Adapun keuntungan belanja online yaitu:⁵⁰

- a. Belanja online dapat menghemat atau tidak terikat waktu, disela-sela kesibukan pun masih dapat memilih barang yang ingin dibeli tanpa harus berada ditoko tradisional, juga terhindar dari kemacetan.
- b. Toko online dapat membandingkan harga toko online mana yang lebih murah dan menawarkan promo yang lebih menarik, karena banyaknya pilihan barang.
- c. Harga relatif lebih murah, kebanyakan toko online harganya lebih murah daripada toko konvensional. Namun harus lebih jeli mencari atau membandingkan harga di pasaran.
- d. Proses belanja yang mudah, cukup memesan barang, dan pembayaran biasanya melalui internet-*Mobile Banking* atau ATM dan tinggal menunggu barang dikirim.
- e. Belanja online bisa dilakukan oleh segala usia.

Selain kelebihan ada juga kekurangan dari belanja online, berikut ini kekurangan dari belanja online :⁵¹

- a. Sering terjadi penipuan barang tidak dikirim setelah dilakukan pembayaran.
- b. Fisik dan kualitas barang tidak sesuai dengan yang diharapkan, karena kita hanya dapat melihat melalui foto yang ada di Website.
- c. Dikenakan biaya transportasi, sehingga ada biaya tambahan.

⁵⁰ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, (Yogyakarta: Graha2013), h.259

⁵¹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, (Yogyakarta: Graha2013), h.260

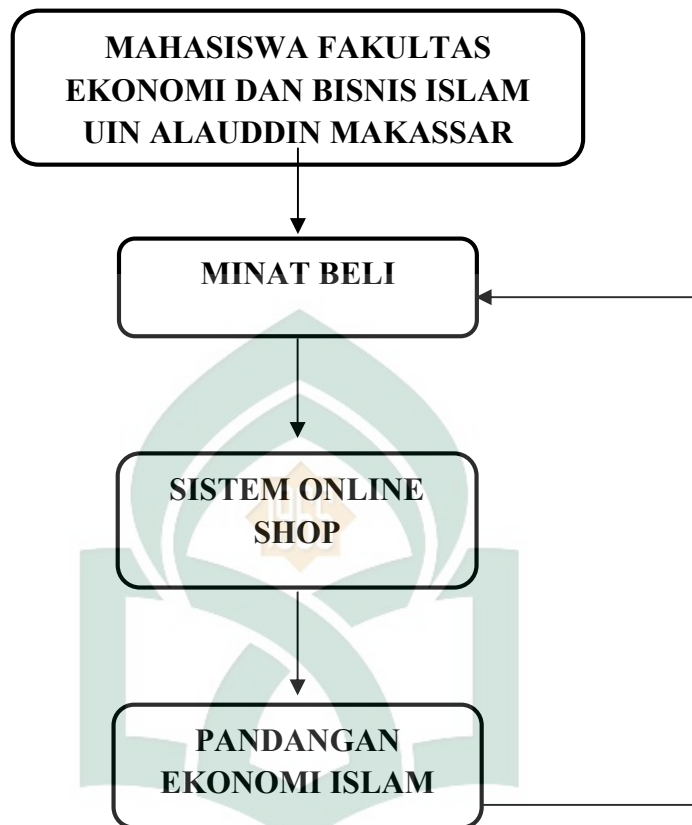
Sebagai mahasiswa kebanyakan untuk memenuhi kebutuhan minta belinya kecenderungan melakukan belanja melalui online shop. Mahasiswa lebih senang meluangkan waktu untuk berbelanja online daripada berkunjung ke toko secara langsung untuk membeli barang yang mereka inginkan, karena dengan cara baru inilah mahasiswa tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang yang diinginkan. Memilih barang apa saja yang diinginkan, cukup dengan memilih gambar yang tersedia di account online shop tersebut lalu memesannya secara langsung, membayar dengan cara mentransfer langsung, hal ini sangat mudah dan praktis sekali dilakukan.

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang ada, maka dapat dihasilkan sebuah model kerangka pemikiran yang dapat dijadikan landasan dalam penelitian ini.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif lapangan, yaitu jenis penelitian yang menggambarkan secara kualitatif mengenai objek yang dibicarakan sesuai kenyataan yang terdapat dalam masyarakat⁵². Penelitian ini, menggambarkan tentang pandangan Ekonomi Islam terhadap minat belanja terhadap sistem online shop.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini memilih lokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Kampus II UIN Alauddin Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata-Gowa, Makassar, dengan argumentasi bahwa pemilihan lokasi tersebut memenuhi persyaratan sebagai lokasi penelitian untuk memperoleh data, informasi dan dokumen yang dibutuhkan.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan peneliti adalah Normatif dan Sosiologi. Peneliti melakukan pendekatan normative karena berupa teks-teks Al-Qur'an yang menyangkut isi penelitian, dan sosiologis karena penelitian melakukan interaksi lingkungan sesuai dengan unit social, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.

⁵² Soejono Soekanto, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: UII Pres, 1984), h.10

C. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Alauddin Makassar, dengan menggunakan metode pengumpulan data primer dan sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui *field research* atau penelitian lapangan dengan cara-cara seperti interview yaitu berarti kegiatan langsung kelapangan dengan mengadakan wawancara dan tanya jawab pada informan penelitian untuk memperoleh keterangan yang lebih jelas atas data yang diperoleh melalui angket yang dipandang meragukan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui library research atau penelitian kepustakaan, dengan ini penulis berusaha menelusuri dan mengumpulkan bahan tersebut dari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan publikasi lainnya.

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis melalui pengamatan dengan menggunakan panca indera.⁵³
2. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁵⁴
3. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melihat dokumen-dokumen yang ada di di Fakultas Ekonomi dan bisnis UIN Alauddin Makassar, seperti tulisan yang berupa peraturan serta gambar atau foto sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dimaksud adalah peneliti dan menggunakan alat bantu yang dipakai dalam melaksanakan penelitian yang disesuaikan dengan metode yang diinginkan. Adapun alat bantu yang akan penulis gunakan antara lain:

1. Pedoman wawancara adalah alat yang digunakan dalam melakukan wawancara yang dijadikan dasar untuk memperoleh informasi dari informan yang berupa daftar pertanyaan.
2. Buku catatan dan alat tulis berfungsi untuk mencatat semua percakapan dengan sumber data yang dianggap penting.

⁵³Surhanto Hadi, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1986),h. 172.

⁵⁴Esterbg, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2002), h.97.

3. Kamera berfungsi untuk memotret jika peneliti sedang melakukan pembicaraan dengan informan, dengan adanya foto dan rekaman ini maka dapat meningkatkan keabsahan akan lebih terjamin.
4. *Tape recorder* berfungsi untuk merekam semua percakapan ataupun pembicaraan dengan informan. Penggunaan *tape recorder* dalam wawancara perlu memberi tahu kepada informan apakah dibolehkan atau tidak.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data⁵⁵ Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis data interaktif (*interaktive model of analysis*) dari Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Pengumpulan data merupakan kegiatan untuk memperoleh data yang akurat dan relevan terhadap masalah penelitian. Data di peroleh melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan FGD.
2. Reduksi data merupakan proses seleksi, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrasian dan transformasi data "kasar" yang muncul di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang

⁵⁵Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 95

menajamkan, mengorganisasi data dengan cara yang sedemikian rupa, hingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

3. Sajian data merupakan sekumpulan informasi yang memberikan kemungkinan adanya penerikan kesimpulan dan pengambilan tindakan dengan melihat sajian data, peneliti akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan yang memungkinkan untuk menganalisis dan mengambil tindakan lain berdasarkan pemahaman.
4. Penarikan kesimpulan hal ini dilakukan sejak mulai pengumpulan data, dengan penanganan secara longgar, tetap terbuka dan skeptis. Tidak ada kesimpulan akhir sampai proses pengumpulan data berakhir. Kesimpulan diverifikasi adalah yang berupa suatu penggolongan sebagai pikiran kedua yang timbul melintas peneliti pada waktu menulis, verifikasi yang dapat dilakukan dengan jauh lebih teliti seperti berdiskusi atau saling memeriksa teman.

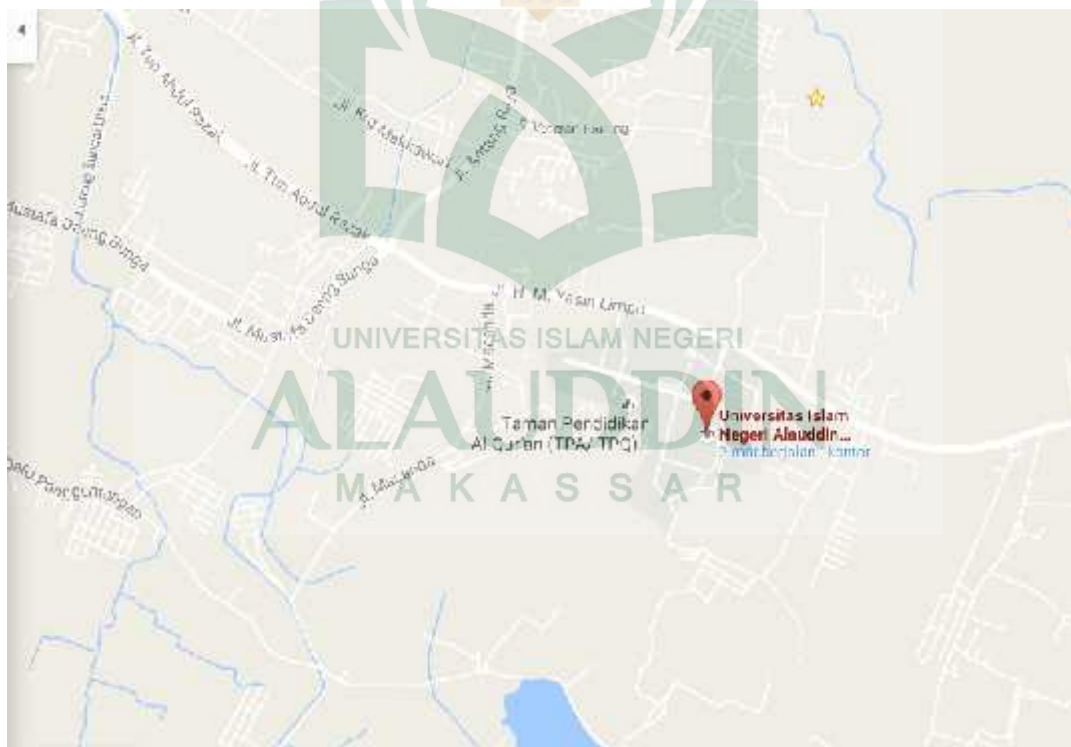
BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini beralamat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam kampus II UIN Alauddin Makassar jalan H.M. Yasin Limpo No. 36 Samata Gowa Sulawesi Selatan Adapun letak lokasi secara rinci dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini:

Gambar. 4.1 Peta Lokasi Penelitian



Sumber : <https://goo.gl/maps/ap82TFfwJ4B2>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas baru yang ada di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dalam proses pengembangan dan memiliki permasalahan yang kompleks. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 4 jurusan diantaranya Ekonomi Islam, Ilmu Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen. Keempat jurusan tersebut memperoleh Akreditasi dari BAN PT dengan Status B. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dipimpin oleh seorang Dekan yang dibantu oleh 3 orang Wakil Dekan yaitu Wakil Dekan bidang Akademik, Wakil Dekan Bidang Administrasi dan Umum serta Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan.

Sebelumnya program studi Ekonomi Islam bernama program studi Muamalah dan berada pada naungan Fakultas Syariah dan Hukum. Pada tahun 1999 program studi Muamalah secara resmi berganti nama menjadi Program studi Ekonomi Islam, dalam upaya merespon kebutuhan pangsa pasar dalam bidang ekonomi Islam, sekaligus sebagai pengembangan keilmuan dalam sekmen ekonomi yang integratif dengan ilmu-ilmu Islami dalam bingkai UIN Alauddin Makassar. Hingga pada tahun 2013 dengan hadirnya empat program studi yang berlatar belakang ekonomi seperti: 1) Ekonomi Islam, 2) Manajemen, 3) Akuntansi, 4) Ilmu Ekonomi, sehingga ke empat jurusan ini memisahkan diri dari struktur organisasi Fakultas Syariah dan Hukum dan membentuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

1. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Sebagai salah satu Fakultas yang terkemuka di Universitas Islam Negeri UIN Alauddin Makassar memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi

" Unggul, Berperadaban dan Berdaya Saing Tinggi Menghadapi Tantangan Global 2025".

Misi

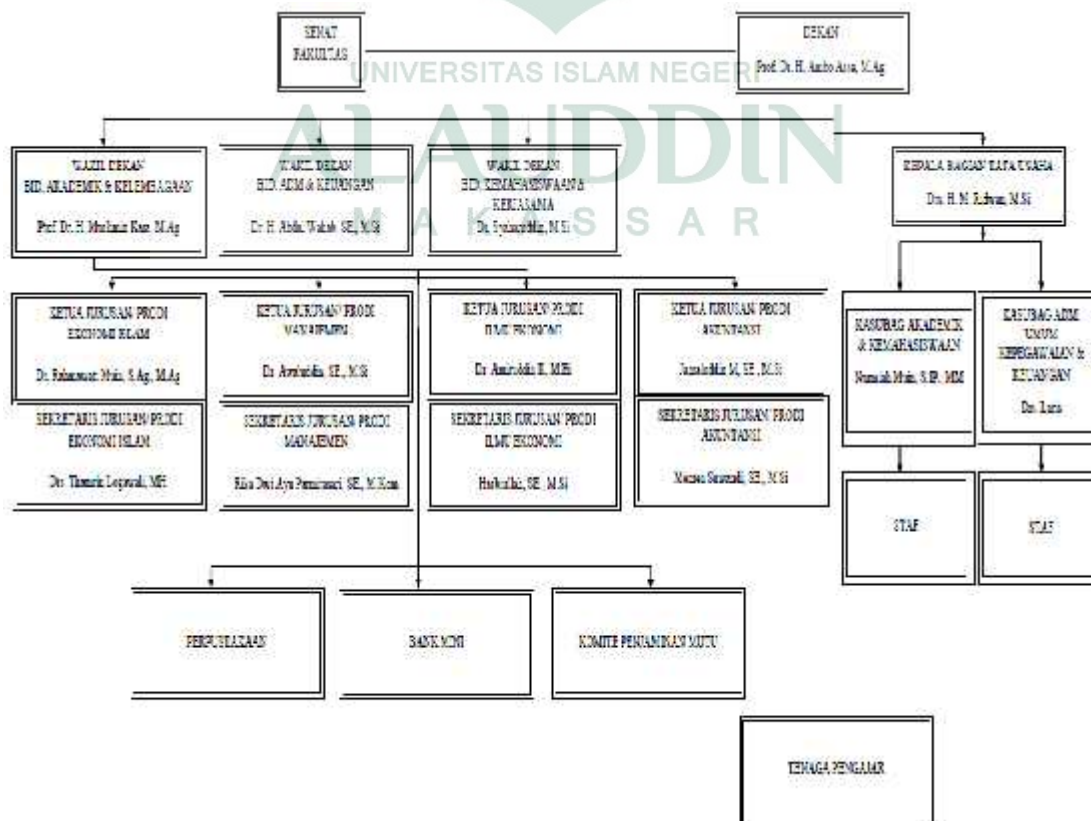
- 1) Menyelenggarakan Pendidikan dan Pengajaran pada Program Studi Ekonomi Islam, Manajemen, Akuntansi dan Ilmu Ekonomi yang Berbasis Islam;
- 2) Menyelenggarakan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Program Studi Ekonomi Islam, Manajemen, Akuntansi dan Ilmu Ekonomi yang Berwawasan Keislaman Sebagai Upaya Pengembangan Program Pendidikan;
- 3) Menyelenggarakan Praktikum Kompetensi Keilmuan dalam Bidang Ekonomi Islam, Manajemen, Akuntansi dan Ilmu Ekonomi yang Terintegrasi dengan Nilai-nilai Keislaman;
- 4) Menyelenggarakan Pembinaan Akhlak Mahasiswa Melalui *Capacity Building Training* (CBT) dalam Rangka Membangun Keunggulan Akhlak dan Beradaban Menghadapi Persaingan Global;
- 5) Mengembangkan Enterpreneur Islam yang Mampu Membuka Usaha dan Lapangan Kerja Baru Serta Membina dan Mengembangkan Kewirausahaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Umat, Memiliki Daya Saing Menghadapi Persaingan Pasar Kerja;

2. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Sesuai dengan misi untuk mengelola fakultas secara profesional, maka disusun suatu organisasi pengelola Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Fakultas Ekonomi dipimpin oleh seorang dekan yang dalam menjalankan fungsinya dibantu oleh wakil dekan. Dekan dan wakil dekan menjalankan fungsi akademik, administrasi, dan kemahasiswaan. Dalam pengambilan keputusan yang strategis, dekan harus mendapat persetujuan senat fakultas.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengelola empat program studi ; Program Studi Akuntansi, Program Studi Manajemen, dan Program Studi Ilmu Ekonomi dan Program Studi Ekonomi Islam. Masing-masing program studi pengelolaannya dilakukan oleh ketua program studi dan dibantu oleh sekretaris jurusannya.

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



B. Paparan Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian ini, peneliti akan memaparkan data dan hasil penelitian terkait dengan permasalahan yang telah dirumuskan, yaitu mendeskripsikan bagaimana Pandangan Ekonomi Islam terhadap minat beli sistem Online shop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Peneliti melakukan observasi sebelum dilakukannya wawancara dengan Informan. Hasil observasi peneliti buat dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Nama-nama Informan yang diwawancarai

No.	Nama	Jurusan	Semester	Usia
1	Berlian	Ekonomi Islam	9	22 tahun
2	Muhammad Zulkahfi	Ekonomi Islam	9	22 tahun
3	Syamsi Hartina	Manajemen	7	21 tahun
4	Andriani Lestari	Manajemen	9	23 tahun
5	Fitri Indah Sari	Akuntansi	5	19 tahun
6	Nurhasanah	Perbankan Syariah	1	18 tahun
7	Wahyuningsih	Ekonomi Islam	7	20 tahun
8	Ade Hikmah	Ekonomi Islam	7	21 tahun
9	Sri Rahayu Utami	Ilmu Ekonomi	9	21 tahun

Pada wawancara dengan partisipan terdapat 8 (Delapan) pertanyaan. Hasil wawancara peneliti sehingga dapat menyimpulkan data. Hasil wawancara peneliti dibuatkan transkrip, kemudian transkrip tersebut peneliti olah dengan cara menginterpretasi data dan mereduksi data, sehingga dapat menyimpulkan data. Data yang direduksi adalah informasi yang tidak berhubungan dengan penelitian. Kemudian peneliti dapat menyimpulkannya secara deskriptif.

1. Hal yang menyebabkan mengapa Minat Beli Mahasiswa Lebih Memilih Berbelanja di Online Shop

Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, telah terjadi perubahan dalam perilaku berbelanja pada Mahasiswa. Perubahan dalam perilaku berbelanja pada Mahasiswa merupakan konsekuensi logis dari tuntutan kehidupan yang dipicu dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Pada awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional, yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring dengan kemajuan teknologi internet penjualan bisa dilakukan secara online.

Dengan mudahnya mengakses internet dimasa globalisasi seperti pada saat ini, dimana jarak antara satu dengan yang lain semakin kabur dan tidak terbatas. Keadaan ini tentu menyebabkan persaingan antara usaha online untuk berlomba-lomba dalam memberikan kemudahan, dan keyakinan dalam berbelanja online. Sehingga dapat menimbulkan minat beli konsumen dalam berbelanja online. Sebagaimana yang disampaikan oleh beberapa informan seperti yang dikatakan oleh Andriani dan Sri Rezki Andiyuni yang menyatakan bahwa dapat menghemat waktu dan lebih praktis dan murah.

“Karena Berbelanja Online, dapat menghemat waktu dan tenaga, jadi saya tidak perlu membuang waktu untuk ketempat atau toko”⁵⁶

⁵⁶Andriani Lestari, Mahasiswa, Jurusan Manajemen, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

“Karena Berbelanja Online, lebih praktis dan mudah ada beberapa Online Shop yang memberikan gratis ongkos kirim.”⁵⁷

Sependapat dengan kedua informan diatas, Putri Pratiwi juga menyatakan hal yang sama bahwa belanja online lebih gampang memilih barang yang diinginkan.

“saya berbelanja online, karena berbelanja online itu barangnya terbatas dan saya merasa gampang dalam memilih barang dibandingkan berbelanja langsung ketoko karena kalau ditoko banyak pilihan barangnya”⁵⁸

Dengan menarik minat konsumen bertaransaksi melalui online. Tentu juga berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh online shop itu sendiri. Jika kualitas suatu produk yang di jual diketahui konsumen mengenai kualitasnya yang bagus dan sesuai harapan, maka akan menarik minat konsumen untuk membeli melalui online. Harga juga dapat menimbulkan minat konsumen terutama konsumen yang sensitif terhadap harga. Dengan adanya perbedaan harga tentu akan menimbulkan minat konsumen untuk membelimelalui online. Selain kemudahan, keyakinan, produk, harga juga dibutuhkan promosi untuk menyampaikan informasi tentang produk tersebut kepada konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut seperti yang dikatakan oleh informan yang bernama Fitri Indah Sari yang menyatakan bahwa berbelanja dionline harganya relatif murah di bandingkan dengan berbelanja langsung ke toko.

“Menurut saya kualitas barang yang ada di online sama dengan barang yang dijual ditoko tetapi biasanya harga barang dionline lebih murah di bandingkan dengan dipasar atau di toko.”⁵⁹

⁵⁷Sri Rizki Andiyuni, Mahasiswa, Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara dgn penulis pada tanggal 31 Oktober 2017

⁵⁸Putri Pratiwi, Mahasiswa, Jurusan Manajemen, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

⁵⁹Fitri Indah Sari, Mahasiswa, Jurusan Akuntansi, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

2. Hal yang menyebabkan mengapa Minat Beli Mahasiswa Lebih Memilih Berbelanja di Pasar

Tanpa disadari kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh transaksi belanja online mampu menimbulkan beberapa permasalahan seperti pemborosan atau bahkan timbulnya perilaku konsumtif dari mahasiswa. perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai pemborosan, pengambilan tindakan, mendapatkan, menggunakan uang untuk sesuatu yang tidak terlalu dibutuhkan atau bukan prioritas utama, hanya sebatas keinginan belaka. Membeli dan mengonsumsi barang tanpa ada batas dan pertimbangan rasional ataupun dengan alasan akan timbul kecemasan apabila tidak memiliki suatu barang yang diinginkan. Menurut salah satu informan Sri Rahayu Utami yang menyatakan bahwa berbelanja Online membuat mahasiswa menjadi boros.

“Menurut saya berbelanja online itu membuat mahasiswa menjadi boros karena biasanya barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan tetap saja dibeli, sedangkan kalau berbelanja di pasar kita akan berfikir dua kali untuk membeli barang tersebut”⁶⁰

Dalam perilaku konsumsi Islami seorang Muslim dituntut untuk bersikap sederhana tidak berlebih-lebihan dan tidak boros. Menyesuaikan kebutuhan dan keinginan dengan anggaran yang ada. Dalam QS. AL-A'raaf/ 7: 31:

يَبْنِيْ عَادَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِيْنَ ۝۳۱

⁶⁰Sri Rahayu Utami, Mahasiswa, Jurusan Ilmu Ekonomi, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

Terjemahnya :

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Dikatakan berlebih-lebihan jika dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari di luar batas-batas kewajaran. Yaitu berlebih-lebihan dalam hal makanan, berpakaian, membangun rumah, dan pemenuhan hiburan. Jadi, jika seseorang membelanjakan uangnya untuk kebutuhan hidupnya secara layak, maka ia tidak termasuk orang-orang yang boros.

Selain itu, menurut informan Ade Hikma berbelanja dipasar atau ditoko kita bisa menawar barang dan mendapatkan diskon.

“Saya lebih menyukai berbelanja di pasar atau di toko karena kita bisa menawar harga barang tersebut dan melihat barangnya secara langsung kualitas barang tersebut dan juga biasanya terdapat diskon”⁶¹

C. Pandangan Mahasiswa tentang resiko-resiko yang ditimbulkan dari berbelanja Online.

Berbelanja Online terkadang membuat konsumen takut tertipu, barang pesanan tidak memuaskan, pengiriman yang terlambat dan sistem pemesanan yang membingungkan. Konsumen berpikiran akan mengalami kerugian dengan banyaknya permasalahan tersebut. Permasalahan ini disebabkan karena adanya keraguan atas kebenaran data dan informasi karena para pihak tidak pernah bertemu secara

⁶¹Ade Hikmah, Mahasiswa, Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

langsung. Padahal masalah kepercayaan (*trust*) penting dalam menjaga kelangsungan transaksi.

Terdapat risiko-risiko yang timbul karena pihak konsumen biasanya memiliki kewajiban untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu, sementara ia tidak bisa melihat kebenaran serta kualitas barang yang dipesan dan tidak adanya jaminan kepastian bahwa barang yang dipesan akan dikirim sesuai pesanan. Menurut Sri Rahayu Utami ketika ia berbelanja di Online shop dia merasa di rugikan karena barang yang dibeli adalah barang KW.

“Saya pernah membeli sepatu disalah online shop ujung-ujungnya barang yang datang itu KW beda sekali dengan yang di gambar.”⁶²

Selain Resiko barang yang tidak sesuai pesanan, menurut Wahyuni Ningsih Resiko yang ditimbulkan dari berbelanja Online harus lebih berhati-hati karena biasanya barang yang diterima itu cacat.

“Yang harus diperhatikan dalam berbelanja online shop itu, harus melihat produknya terlebih dahulu karena ditakutkan nanti barangnya cacat atau tidak sesuai dengan harapan”⁶³

Selain itu, menurut salah satu Informan yaitu Berlian yang menyatakan bahwa resiko yang ditimbulkan oleh Online Shop itu sudah menjadi tanggungan bagi yang berbelanja di online Shop.

“Menurut pendapat saya, resiko yang ditimbulkan kalau kita berani membeli di Online, berarti kita harus menanggung resiko apapun itu”⁶⁴

⁶²Sri Rahayu Utami, Mahasiswa, Jurusan Ilmu Ekonomi, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

⁶³Wahyu Ningsih, Mahasiswa, Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

⁶⁴Berlian, Mahasiswa, Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

Namun ada beberapa informan yang mengatakan bahwa mereka tidak pernah tertipu ketika belanja Online. Seperti yang di katakan oleh Muhammad Zulkahfi, Nurhasanah, dan Fitri Indah Sari.

“Saya tidak khawatir dengan berbelanja di online shop, selama saya berbelanja di online shop saya tidak pernah mengalami penipuan, barang yang saya beli dari online itu tidak ada yang cacat dan sesuai pesanan”⁶⁵

“Saya tidak khawatir dengan resiko dari online Shop karena saya biasanya berbelanja disalah satu tempat saya belum pernah dikecewakan dengan jenis barangnya dan jenis kainnya dan kualitasnya selalu bagus”⁶⁶

“Sebelum saya membeli suatu barang saya melihat dulu pembeli-pembeli sebelumnya atau testimoni dari Online Shop agar saya tidak khawatir berbelanja Online”⁶⁷

D. Pandangan Ekonomi Islam mengenai berbelanja di Online Shop

Rukun Jual Beli menurut islam adalah adanya penjual, pembeli, barang yang di jual dan Ucapan ijab qabul. Dalam Islam berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman, monopoli, serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan. Karena dalam alqur'an sudah dijelaskan tentang bahaya riba seperti yang terdapat didalam Alquran QS. Al. Baqarah /2: 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَنْخَبِطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ

⁶⁵Muhammad Zulkahfi, Mahasiswa, Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

⁶⁶Nurhasanah, Mahasiswa, Jurusan Perbankan Syariah, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober

⁶⁷Fitri Indah Sari, Mahasiswa, Jurusan Akutansi, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

رَبِّفَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

٢٧٥

Terjemahnya :

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”

Maksud dari ayat diatas melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar daripadanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam.

Akad adalah kesepakatan (ikatan) antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli, akad ini dikatakan sebagai inti dari transaksi jual beli, karena tanpa adanya akad tersebut jual beli tidak mungkin terjadi dan sah transaksinya, dengan terbentuknya akad maka kerelaan mengikutinya, memang kerelaan tidak dapat dilihat dengan indra, karena ia berhubungan dengan hati, namun dengan terjadinya akad itu melambangkan bahwa kedua belah pihak telah rela dalam melakukan jual beli.

Dalam membedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu

bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi as-salam dan transaksi al-istishna.

Salam yang dinamakan juga dengan salaf adalah jual beli sesuatu dalam tanggungan yang dideskripsikan, dengan harga yang dibayarkan di muka. Fuqaha menamakannya dengan bai'ul-mahawij (jual beli orang-orang yang membutuhkan) karena ini adalah jual beli tidak nyata yang dituntut oleh kebutuhan masing-masing dari kedua orang yang berjual beli.⁶⁸

Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Sedang transaksi al-istishna merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disegerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang yang ditangguhkan. Menurut hampir semua informan seperti Berlian, Muhammad Zulkahfi, Nurhasanah, dan Andriyani Lestari yang menyatakan bahwa jual beli online seperti sah-sah saja atau diperbolehkan selama barang dan akad yang digunakan jelas.

“Menurut saya jual beli online itu sah-sah saja selama adanya barang dan kejelasan dari pihak yang menjual, dalam Islam ketika membeli suatu barang itu harus jelas akadnya dan akad yang digunakan itu akad salam”⁶⁹

⁶⁸SayyidSabiq, Fiqih Sunnah tej. Ahmad Dzulfikar dan Muhammad Khoirurrijal, (Depok:Keira Publishing 2015), H, 77.

⁶⁹Berlian, Mahasiswa, Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

“Menurut saya jual beli online itu sah-sah saja selama barangnya jelas dan jangan sampai menimbulkan ketidak jelasan atau adanya unsur gharar”⁷⁰

“Menurut saya jual beli online diperbolehkan selama tidak adanya riba dalam proses transaksi dan tidak merugikan antara pihak penjual dan pihak pembeli”⁷¹

“Menurut saya sah karena berbelanja lewat online sama dengan berbelanja secara offline akan tetapi berbelanja online itu melalui internet, apalagi jaman sekarang itu jamannya internet yang dimana pengguna internet setiap tahunnya mengalami peningkatan otomatis gaya hidup seseorang akan berubah dengan adanya internet tersebut”⁷²

Intinya, Sebagaimana hukum dasar dari muamalah menurut Islam. Bisnis Online dihukumkan Ibadah (dibolehkan) selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya.

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi saat ini adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Berkembangnya teknologi internet saat ini menjadikan para pebisnis yang dengan mudah memasarkan barang dagangannya. Tren belanja online mulai diminati karena proses keputusan belanja online tidak serumit keputusan dalam pembelian offline. Belanja online telah memberikan banyak kemudahan dan juga dapat menghemat waktu atau biaya dibandingkan berbelanja di pasar atau toko.

⁷⁰Muhammad Zulkahfi, Mahasiswa, Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara dgn penulis pada tanggal 130 Oktober 2017

⁷¹Nurhasanah, Mahasiswa, Jurusan Perbankan Syariah, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

⁷²Andriani Lestari, Mahasiswa, Jurusan Manajemen, Wawancara dgn penulis pada tanggal 30 Oktober 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah di uraikan pada bab-bab terdahulu, maka dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Dalam pandangan Ekonomi Islam berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman,serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan.Islam memperbolehkan melakukan jual beli dalam Online selama telah memenuhi rukun akad dalam aturan syariah yang penting adanya penjual dan pembeli dan juga adanya *shighah* atau ijab qabul telah terpenuhi dimana konsumen harus menyetujui syarat dan kondisi yang tertulis jika proses transaksi ingin dilanjutkan. Dalam berbelanja online, objek akadnya harus jelas dan tidak merugikan salah satu pihak. Akad yang digunakan dalam bisnis online shop yaitu akad salam yang dimana bahwa akad salam merupakan akad pesanan dengan membayar terlebih dahulu dan barangnya diserahkan kemudian, tapi ciri-ciri barang tersebut haruslah jelas.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan saram-saran sebagai berikut :

1. Ketika ingin terjun kebisnis Online, banyak sekali godaan dan tantangan bagaimana kita harus berbisnis sesuai dengan koridor islam. Maka dari itu kita harus lebih berhati-hati. Jangan karena ingin mendapat uang yang banyak lalu menghalalkan segala macam cara. Selama kita berbisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan bermanfaat bagi orang lain.
2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian lebih dalam terkait dengan padangan Ekonomi Islam terhadap Minat beli melalui Online Shop.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Surakarta: Era Intermediasoekanto, 2011
- Ali, Zainuddin. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Siar Grafik, 2009.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press. 1997.
- Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta. 2007.
- Barkatullah, Abdul Halim Dan Prasetyo, Teguh. *Bisnis Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2008.
- Edwin Nasution, & Mustafa, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*. Jakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Chapra, M. Umer. *Negara Sejahtera Islami Dan Perannya Di Bidang Ekonomi*. Surabaya: PT. Pustaka Utama. 1997.
- Chapra, Umer. *Negara Sejahtera Islami Dan Perannya Di Bidang Ekonomi*. Surabaya: Risalah Gusti. 1997.
- Chaundy, Sharif Muhammad. *Sistem Ekonomi Islam*. Surabaya : Kencana, 2012.
- Dewan Pengurus Nasional FORDEBI. *Ekonomi dan Bisnis Islam*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. 2016.
- Durianto, Darmadi, Dkk. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merk*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2003.
- Esterbg. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Bumi Aksara. 2002.
- Febrian, Ferdhy. *The Power Of Selling*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2010.
- Hadi, Surhanto. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1986.
- Izzan, Ahmad & Tanjung, Syahri. *Referensi Ekonomi Syariah; Ayat-Ayat Al-Qur'an Yang Berdimensi Ekonomi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2006.
- J. Stanton, William. *Fundamentals Of Marketing*. Singapore: Graw Hill International. 2002.
- Kara, Muslimin. *Pengantar Ekonomi Islam*. Makassar: Alauddin Press. 2009.
- Mannan, M. Abdul. *Islamic Economic: Theory And Practice*. Cambridge: The Islamic Academy. 1986.
- Mowen, Mayer & Kent, Minor. *Analisis Perilaku Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta. 1998.
- Muhammad. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2007.

- MujiatunSiti,*Jual Beli Dalam Perspektif Islam.Salam Dan Istisna*.Sumatera.2013
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam*. Jakarta, 2011.
- Poerwadarminto. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2004.
- Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi islam, *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo persada.2008.
- R. Sophian, Ainur. *Etika Ekonomi Politik: Elemen-Elemen Strategi Pembangunan Masyarakat Islam*. Surabaya: Risalah Gusti.1997.
- Rizki,Beni. *Analisis Pengaruh Iklan Flexi Terhadap Minat Beli Konsumen*. Pekanbaru, 2012.
- Soejono. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: UII Pres.1984.
- Swastha, Basu Dan Irawan. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.2000.
- Suryani, Tatik.*Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha. 2013.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqih Sunnah*. Depok :Keira Publishing 2015.
- Yuliadi, Imamudin. *Ekonomi Islam*. Yogjakarta: LPPP.2000.



LAMPIRAN

PENELITIAN









DRAFT WAWANCARA

1. Seberapa sering anda berbelanja di Online Shop?
2. Mengapa anda tertarik berbelanja Online dibanding berbelanja langsung ke pasar atau toko?
3. Jenis barang apa saja yang sering anda beli di Online Shop?
4. Apakah anda sering mencari Informasi tentang Produk sebelum melakukan pembelian?
5. Apakah anda yakin dengan kualitas barang yang ditawarkan oleh Online Shop?
6. Apakah anda tidak khawatir dengan resiko-resiko yang ditimbulkan dari berbelanja Online?
7. Menurut anda bagaimana pandangan islam tentang berbelanja Online Shop?
8. Menurut anda lebih memuaskan berbelanja lewat Online atau berbelanja secara langsung?



RIWAYAT HIDUP



Maudy Vena Meylinda, dilahirkan di Ujung Pandang pada tanggal 22 Mey 1994. Penulis merupakan anak ke 6 dari 8 bersaudara dari buah hati Ayahanda Ahmad Hakimuddin SH dan Ibunda Rosmini Misran dan diangkat sebagai anak oleh bapak Kusnady Misran SE. Penulis memulai pendidikan di SD Inpres Perumnas 1 2001. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Unismuh Makassar pada tahun 2007, kemudian melanjutkan pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Unismuh Makassar dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam dan sementara menyelesaikan studi akhir di tahun 2017.



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 822 TAHUN 2017**

TENTANG

**PEMBIMBING/PEMBANTU PEMBIMBING DALAM PENELITIAN DAN PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca :** Surat Permohonan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Nama **Maudy Yena Meylinda**, NIM: 10200113029 tertanggal 18 Juli 2017 untuk mendapatkan Pembimbing Skripsi dengan Judul: "**Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Belanja Melalui Sistem Online Shop 9Studi mahasiswa Faklitas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)**"
- Menimbang :**
- Bahwa untuk membantu penelitian dan penyusunan skripsi mahasiswa tersebut, dipandang perlu untuk menetapkan pembimbing/pembantu pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut diatas
 - Bahwa mereka yang ditetapkan dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing/pembantu pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut diatas.
- Mengingat :**
- Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;
 - Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;
 - Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
 - Peraturan Menteri Agama RI. No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama RI. No 85 Tahun 2013 Jo tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
 - Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;
- MEMUTUSKAN**
- Pertama :** Mengangkat/ Menunjuk saudara **ISLAM NEGERI**
- Drs. Thamrin Logawall, M.H.**, Sebagai Pembimbing Pertama.
 - Emilly Nursaldy, SE. ME.**, Sebagai Pembimbing Kedua.
- Kedua :** Tugas Pembimbing/ Pembantu Pembimbing dalam penelitian dan penyusunan skripsi mahasiswa adalah memeriksa draft skripsi dan naskah skripsi, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa dan kemampuan menguasai masalah.
- Ketiga :** Segala biaya yang timbul akibat dikeluarkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran Belanja Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar
- Keempat :** Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan didalamnya akan diperbaiki sebagaimana mestinya
- Kelima :** Surat Keputusan ini disampaikan kepada masing-masing yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ditetapkan di : Samata-Gowa
Pada tanggal : 20 Juli 2017

Dekan

Prof. Dr. H. Ambo Asse., M.Ag
NIP. 19581022 198703 1 002



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 14838/S.01P/P2T/10/2017
Lampiran :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Rektor Univ. Islam Negeri Alauddin Makassar

di-

Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar Nomor : 5358/EB.I/PP.00.9/2017 tanggal 09 Oktober 2017 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **MAUDHY VENA MEYUNDA**
Nomor Pokok : 10200113029
Program Studi : Ekonomi Islam
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. Muh. Yasin Limpo No. 36 Samata, Sungguminasa-Gowa

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP MINAT BELI MELALUI SISTEM ONLINE SHOP (STUDI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR) "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **25 Oktober s/d 25 November 2017**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN

Diterbitkan di Makassar

Pada tanggal : 09 Oktober 2017

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



A. M. YAMIN, SE., MS.

Pangkat : Pembina Utama Madya

Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth

1. Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar di Makassar;
2. Bertinggal.

Nomor : B-1323 /Un.6.1/PP.00.9/10/2017

Samata-Gowa, 20 Oktober 2017

Lamp. : -

Perihal : *Izin Penelitian*

Kepada Yth;
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar
di-
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Berdasarkan surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 14838/S.01P/P2T/10/2017 tanggal 09 Oktober 2017 tentang Izin Penelitian menyusun skripsi, maka dengan hormat disampaikan bahwa yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama	: MAUDHY VENA MEYUNDA
Nomor Pokok	: 10200113029
Program Studi	: Ekonomi Islam
Pekerjaan	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata, Gowa

Disetujui dan diberi izin untuk mengadakan penelitian pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, dengan judul skripsi :

**"PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP MINAT BELI MELALUI
SISTEM ONLINE SHOP (STUDI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR)"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 25 Oktober s/d 25 November 2017

Sehubungan dengan maksud tersebut, maka dengan hormat mohon kesediaan Saudara kiranya berkenan memberi informasi dan data yang akurat selama penelitian berlangsung.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam

an Rektor

Wakil Rektor Bidang Akademik &
Pengembangan Lembaga,



Tembusan :

1. Rektor UIN Alauddin Makassar (sebagai laporan)
2. Kepala Dinas Penanaman Modal & Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411) 864924 Fax 864923
Kampus II : Jl. H.M. Yasin Limpo No.36, Romangpolong – Gowa Tlp. (0411) 841879, Fax. (0411) 8221400

Nomor : 5149/EB.L/PP.00.9/2017

Samata, 22 September 2017

Lampiran :

Hal :

Undangan Seminar Proposal
A.n. Maudy Vena Meylinda/10200113029

Kepada Yth :

1. Drs. Thamrin Logawali, MH Sebagai Pembimbing I
2. Emily Nur Saidy, SE.,ME. Sebagai Pembimbing II

Di-

Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami mengundang bapak untuk menghadiri Seminar dan melaksanakan serta bertindak selaku Pembimbing pada Seminar Draft Skripsi yang Insya Allah akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Selasa 03 Oktober 2017

Waktu : 09.00 – 12.00

Judul Skripsi : Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli
Melalui sistem Online Shop (Studi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN
Alauddin Makassar)

Tempat : Ruang L. 101

Atas segala perhatian dan kehadirannya diucapkan banyak terima kasih

Wasalam

Dekan



Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag

NIP. 19581022 198703 1 002



ALAUDDIN

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 1552 TAHUN 2017

TENTANG

PANITIA DAN TIM PENGUJI KOMPREHENSIF
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

Membaca : Surat permohonan Ujian Komprehensif Maudy Vena Meyunda : NIM: 10200113029

Menimbang : Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran ujian komprehensif perlu dibentuk Panitia dan Tim Penguji

Mengingat :

1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 56 Tahun 2010;
4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama RI No 85 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

1. Membentuk Panitia dan Tim Penguji Komprehensif, Jurusan **EKONOMI ISLAM** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi:

Ketua	: Dr. H. Abdul Wahab, SE.,M.Si
Sekretaris	: Drs. H. M. Ridwan, M.Si
Penguji Dasar Islamiyah	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
Penguji Dasar Ekonomi Syariah	: Drs. Ihamrin Logawati, MH.
Penguji Keuangan dan Perbankan Syariah	: Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
Pelaksana	: Rusmawandi Rara
2. Panitia bertugas melaksanakan ujian
3. Biaya pelaksanaan ujian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar
4. Panitia dianggap bubat setelah menyelesaikan tugasnya.
5. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab

Ditetapkan di : Samata-Gowa
Pada tanggal : 11 Oktober 2017

Dekan

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002



Tembusan:

1. Rektor UIN Alauddin Makassar di Samata-Gowa
2. Para Dekan dalam Lingkup UIN Alauddin Makassar di Makassar
3. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411) 864928 Fax 864923
Kampus II : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata – Gowa Tlp. 841879 Fax. 8221400

Nomor : **5984** /EB.1/PP.00.9/2017

Samata, **15** November 2017

Sifat : Penfing

Lamp :-

Hal : **Undangan Seminar Hasil**

Kepada Yth

Bapak/Ibu Penguji dan Pembimbing

Di-

Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami mengundang Bapak/Ibu untuk menghadiri Seminar Hasil Penelitian Mahasiswa:

Nama : Maudy Vena Meylinda
NIM : 10200113029
Jurusan : EKONOMI ISLAM
Judul Skripsi : Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)

Yang Insya Allah akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Jum'at, 17 Nopember 2017

Waktu : 13.00 - 16.30 WITA

Tempat : Ruang Dekan

Demikian atas perhatiannya kami diucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

a.n Dekan

Kuasa Nomor : **5859** /EB.1/Kp..07.6/2017

Tanggal : 13 November 2017

M A K



Dr. H. Abdul Wahab, SE., M.Si

NIP. 19720421 200801 1 006



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 1857 TAHUN 2017**

TENTANG

**PANITIA DAN TIM PENGUJI SEMINAR HASIL PENELITIAN DAN PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA
A.n.Maudy Vena Meylinda, NIM : 10200113029
JURUSAN EKONOMI ISLAM, FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca** : Surat Permohonan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Nama : **Maudy Vena Meylinda**, NIM : **10200113029**, tertanggal **11 November 2017** untuk melaksanakan seminar hasil.
- Menimbang** : Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran seminar draft/hasil, perlu dibentuk panitia dan tim penguji seminar hasil dan penyusunan skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;
4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
6. Peraturan Menteri Agama RI, No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama R.I. No 85 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;

MEMUTUSKAN

Meretapkan Pertama

Membentuk Panitia dan Tim Penguji Seminar hasil, Jurusan **EKONOMI ISLAM** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi :

Ketua : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
Sekretaris : Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
Pembimbing I : Drs. Thamrin Logawali, MH.
Pembimbing II : Emily Nur Saidy, SE., ME.
Penguji I : Dr. Hj. Rahmawati Muin, M.Ag.
Penguji II : Ahmad Efendi, SE., MM.
Pelaksana : Fakhrunnisa Thamrin, SE.

1. Panitia bertugas melaksanakan seminar hasil, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa dan dan kemampuan menguasai masalah penyusunan skripsi.
2. Biaya pelaksanaan seminar hasil penelitian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar
3. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya

Kedua : 1. Panitia bertugas melaksanakan seminar hasil, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa

Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ditetapkan di : Samata-Gowa
Pada tanggal : 13 November 2017
a.n Dekan,
Kuas: 5839/EB.1/Kp.07.6/2017
Tanggal : 13 November 2017

Dr. H. Abd. Wahab, SE., M.Si
NIP. 19720421 200801 1 006



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411) 864928 Fax 864923

Kampus II : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata Sungguminasa - Gowa Tlp. 841879 Fax. 8221406

Nomor : 7146/EB.1/PP.00.9/2017

Sifat : Penting

Lamp : -

Hal : Undangan Ujian Munaqasyah

Samata, 27 November 2017

Kepada Yth

Bapak/Ibu Penguji dan Pembimbing
Di-

Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami mengundang Bapak/Ibu untuk menghadiri Ujian Munaqasyah Mahasiswa:

Nama : Maudy Yena Meylinda
NIM : 10200113029
Jurusan : EKONOMI ISLAM
Judul Skripsi : "Pendangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)"

Yang Insya Allah akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 30 Nopember 2017

Waktu : 10.00-12.00 Wita

Tempat : Perpustakaan

Demikian atas perhatiannya kami diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n Dekan,
Wakil Dekan IId. Akademik

Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
NIP. 19710402 200003 1 002



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 2085 TAHUN 2017**

TENTANG

**PANITIA DAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca** : Surat permohonan : **Maudy Vena Meylinda**
NIM : **10200113029**
Tanggal : **23 November 2017**
Mahasiswa Jurusan : **EKONOMI ISLAM**
Untuk Ujian Skripsi/ Munaqasyah yang berjudul "**Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)**"
- Menimbang** : 1. Bahwa saudara tersebut diatas telah memenuhi persyaratan Ujian Skripsi/ Munaqasyah
2. Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran ujian/ Munaqasyah perlu dibentuk panitia ujian.
- Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan IAIN Alauddin menjadi UIN Alauddin Makassar;
4. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 5 Tahun 2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;
7. Keputusan Menteri Keuangan No.330/05/2008 tentang penetapan UIN Alauddin Makassar pada Departemen Agama sebagai Instansi Pemerintah yang menerapkan pengelolaan Badan Layanan Umum (BLU).
8. Surat Keputusan Rektor UIN Alauddin Nomor 241 B Tahun 2010 Tentang Pedoman Edukas UIN Alauddin;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Membentuk Panitia Ujian Skripsi/ Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi:
- Ketua** : Prof. Dr. H. Amba Asse, M.Ag.
Sekretaris : Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
Penguji I : Dr. Hj. Rahmawati Muin, M.Ag.
Penguji II : Ahmad Efendi, SE., MM.
Pembimbing I : Drs. Thamrin Logawati, MH.
Pembimbing II : Emily Nur Saldy, SE., ME.
Pelaksana : Fakhrunnisa Thamrin, SE.
2. Panitia bertugas melaksanakan ujian Skripsi/Munaqasyah bagi saudara yang namanya tersebut diatas.
3. Biaya pelaksanaan ujian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
4. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Ditetapkan di : **Samata-Gowa**
Pada tanggal : **24 November 2017**

an Dekan,
Wakil Dekan Bid. Akademik

Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
NIP. 19710402 200003 1 002